

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
ESCUELA MULTILINGUE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

---

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCION DEL  
TITULO DE LICENCIADO/A MULTILINGUE EN NEGOCIOS E  
INTERCAMBIOS INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS NO TRADICIONALES DE EXPORTACIÓN  
MÁS RELEVANTES EN EL PERÍODO 2007-2014 Y SU RELEVANCIA EN EL  
SECTOR EXTERIOR ECUATORIANO**

**PAÚL ALEJANDRO PAREDES ENRÍQUEZ**

**ABRIL, 2017  
QUITO – ECUADOR**

## ÍNDICE

I.	TEMA	1
II.	RESUMEN	1
III.	ABSTRACT	1
IV.	RIASSUNTO	2
V.	INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I		
EL COMPONENTE DE EXPORTACIÓN		
NO TRADICIONAL ECUATORIANO Y		
SU INFLUENCIA EN EL SECTOR EXPORTADOR		8
1.1.	Diagnóstico del Sector Exportador en el Ecuador	8
1.1.1.	Sector externo ecuatoriano: Antecedentes Históricos	9
1.1.2.	Análisis del comportamiento del Comercio Exterior en el Ecuador durante el período 2007-2014	12
1.1.3.	Concentración y diversificación de las exportaciones ecuatorianas	20
1.2.	Identificación de los componentes de exportación No Tradicional más relevantes	25
1.2.1.	Estudio de la matriz de exportación de bienes No Tradicionales en el período 2007-2014	26
1.2.2.	Tipificación de criterios para la selección de los componentes de exportación No Tradicional más relevantes	35
1.2.3.	Selección de Productos No Tradicionales sujetos a estudio	39
1.3.	Perfil de los productos seleccionados	45
1.3.1.	Perfil del producto seleccionado I: Atún en Conserva	45
1.3.2.	Perfil del producto seleccionado II: Rosas	50
1.3.3.	Perfil del producto seleccionado III: Aceite de Palma	55
1.3.4.	Perfil del producto seleccionado IV: Harina de pescado	60
CAPÍTULO II		
ECUADOR EN EL MERCADO INTERNACIONAL		65
2.1	Principales socios comerciales de la exportación No Tradicional ecuatoriana	65
2.1.1.	Mercados extranjeros más relevantes para las exportaciones No Tradicionales ecuatorianas	66
2.1.2.	Socios principales de Ecuador en la exportación de Productos No Tradicionales Primarios e Industrializados	69
2.1.3.	Mercados potenciales con mayor proyección para las exportaciones No Tradicionales	73
2.2.	Características, tendencias y efectos de demanda del mercado de exportación más relevante para los productos sujetos a estudio	76
2.2.1.	Análisis de la exportación del “Atún en conserva” en el mercado español	77
2.2.2.	Análisis de la exportación de “Rosas” en el mercado estadounidense	86
2.2.3.	Análisis de la exportación de “Aceite de palma en bruto” en el mercado venezolano	93

2.2.4.	Análisis de la exportación de “Harina de pescado” en el mercado chino	102
2.3.	Competidores mundiales o regionales de las exportaciones ecuatorianas	107
2.3.1.	Exploración de principales competidores para productos seleccionados	108
2.3.2.	Análisis de desplazamiento de mercados de destino	114
2.3.3.	Evolución y perspectivas de exportación de los principales competidores para el Ecuador	117
CAPÍTULO III INFLUENCIA DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES MÁS RELEVANTES EN LA BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA		120
3.1.	Balanza Comercial del Ecuador	120
3.1.1.	Diagnóstico de la Balanza Comercial del Ecuador durante el período 2007-2014	118
3.1.2.	Análisis de contribución de productos seleccionados al saldo de Balanza Comercial	123
3.1.3.	Análisis de la influencia de los productos No Tradicionales en la Balanza Comercial ecuatoriana	131
3.2.	Matices a futuro de los productos seleccionados	133
3.2.1.	Perspectivas: Atún en Conserva	134
3.2.2.	Perspectivas: Rosas	136
3.2.3.	Perspectivas: Aceite de palma en bruto	138
3.2.4.	Perspectivas: Harina de pescado	140
3.3.	Posibles Escenarios futuros para los productos seleccionados y su influencia en el Sector Exterior Ecuatoriano	142
3.3.1.	Escenario Intermedio	143
3.3.2.	Escenario Conservador	144
3.3.3.	Escenario Optimista	146
VI.	ANÁLISIS	149
VII.	CONCLUSIONES	154
VIII.	RECOMENDACIONES	158
LISTA DE REFERENCIA		160
ANEXOS		178

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 CONCENTRACIÓN DE DESTINOS DE EXPORTACIONES DEL ECUADOR RESULTADO DEL ÍNDICE DE HERFINDAHL-HIRSCHMAN	22
TABLA 2 PARTICIPACIÓN DE LAS PRIMERAS DIEZ SUB PARTIDAS DE EXPORTACIÓN EN LAS EXPORTACIONES TOTALES, AÑO 2007	23
TABLA 3 PARTICIPACIÓN DE LAS PRIMERAS DIEZ SUB PARTIDAS DE EXPORTACIÓN EN LAS EXPORTACIONES TOTALES, AÑO 2014	23
TABLA 4 TOTAL FOB Y PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES PRIMARIAS E INDUSTRIALIZADAS, PERÍODO 2007-2014	28
TABLA 5 PRODUCTOS NO TRADICIONALES MÁS RELEVANTES BASADOS EN SU VALOR PROMEDIO DE EXPORTACIÓN. MILLONES DE DÓLARES FOB PERÍODO 2007- 2014	41
TABLA 6 DESCRIPCIÓN Y CODIFICACIÓN ARANCELARIA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO	44
TABLA 7 DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DEL “ATÚN EN CONSERVA”	47
TABLA 8 DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DE LAS “ROSAS”	52
TABLA 9 DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DEL “ACEITE DE PALMA AFRICANA EN BRUTO”	57
TABLA 10 DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DE LA “HARINA DE PESCADO”	61
TABLA 11 COMPETITIVIDAD DE EXPORTACIONES NO TRADICIONALES MEDIDA A TRAVÉS DE ÍNDICE DE BALASSA (VCR). AÑO 2013	72
TABLA 12 EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE ATÚN EN CONSERVA HACIA ESPAÑA. SUB PARTIDA 1604141000. PERÍODO 2008-2014	82

TABLA 13 PRINCIPALES EMPRESAS EN LA INDUSTRIA DE CONSERVAS ATUNERA. AÑO 2014	83
TABLA 14 BARRERAS ARANCELARIAS Y ACUERDOS COMERCIALES ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ECUADOR DEL PRODUCTO "ATÚN EN CONSERVA" CORRESPONDIENTE A LA SUBPARTIDA 1604141000	84
TABLA 15 EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE ROSAS HACIA ESTADOS UNIDOS. SUB PARTIDA 0603110000. PERÍODO 2008-2012	91
TABLA 16 BARRERAS ARANCELARIAS Y ACUERDOS COMERCIALES ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ECUADOR DEL PRODUCTO "ROSAS" CORRESPONDIENTE A LA SUBPARTIDA 0603110000	92
TABLA 17 EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL ACEITE DE PALMA EN BRUTO EN VENEZUELA. SUB PARTIDA 1511100000. VALOR EN USD POR TONELADA. PERÍODO 2008-2013	99
TABLA 18 BARRERAS ARANCELARIAS Y ACUERDOS COMERCIALES ENTRE VENEZUELA Y ECUADOR DEL PRODUCTO "ACEITE DE PALMA EN BRUTO" CORRESPONDIENTE A LA SUBPARTIDA 1511100000	101
TABLA 19 EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE LA HARINA DE PESCADO HACIA CHINA. SUB PARTIDA 2301201000. PERÍODO 2009-2013	106
TABLA 20 EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE ROSAS HACIA ESTADOS UNIDOS. SUB PARTIDA 0603110000. PERÍODO 2008-2012	121
TABLA 21 EVOLUCIÓN DEL SALDO DE BALANZA COMERCIAL GLOBAL DEL ECUADOR. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB	124
TABLA 22 CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 1604141000. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB	127

TABLA 23 CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 0603110000. PERÍODO 2008-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB	128
TABLA 24 CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 1511100000. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB	129
TABLA 25 CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 2301201000. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB	130
TABLA 26 PROYECCIÓN 2015-2016 DEL INCREMENTO DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO, BASADOS EN EL CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE SUS EXPORTACIONES EN EL PERÍODO 2007-2014	144
TABLA 27 PROYECCIÓN 2015-2016 DEL INCREMENTO DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO, BASADOS EN EL CRECIMIENTO ANUAL MÁS BAJO DE SUS EXPORTACIONES EN EL PERÍODO 2007-2014	146
TABLA 28 PROYECCIÓN 2015-2016 DEL INCREMENTO DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO, BASADOS EN EL CRECIMIENTO ANUAL MÁS ALTO DE SUS EXPORTACIONES EN EL PERÍODO 2007-2014	147

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 EXPORTACIONES TOTALES FOB, PERÍODO 2007-2014	13
GRÁFICO 2 EXPORTACIONES PETROLERAS TOTALES FOB, PERÍODO 2007-2014	14
GRÁFICO 3 EVOLUCIÓN EXPORTACIONES TOTALES: VALOR VS. VOLUMEN, PERÍODO 2007-2014	14
GRÁFICO 4 EXPORTACIONES NO PETROLERAS FOB TOTALES, PERÍODO 2007-2014	15
GRÁFICO 5 EXPORTACIONES PRINCIPALES POR GRUPO DE PRODUCTOS: 2007 VS 2014	16
GRÁFICO 6 EXPORTACIONES PRINCIPALES NO PETROLERAS POR GRUPO DE PRODUCTOS: 2007 VS 2014	17
GRÁFICO 7 PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIONES ECUATORIANAS TOTALES: 2007 VS 2014	18
GRÁFICO 8 PIB TOTAL ECUATORIANO VS. EXPORTACIONES TOTALES FOB, PERÍODO 2007-2014	19
GRÁFICO 9 PIB TOTAL ECUATORIANO VS. EXPORTACIONES NO PETROLERAS TOTALES FOB, PERÍODO 2007-2014	19
GRÁFICO 10 EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL PIB REAL PETROLERO Y NO PETROLERO ECUATORIANO (PRECIOS 2007), PERÍODO 2007-2014	20
GRÁFICO 11 EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE DESTINOS DE EXPORTACIÓN, PERÍODO 2007-2014	21
GRÁFICO 12 PARTICIPACIÓN PRINCIPALES EXPORTACIONES NO PETROLERAS, AÑO 2014	27

GRÁFICO 13 PORCENTAJE PROMEDIO DE PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES PRIMARIAS E INDUSTRIALIZADAS, PERÍODO 2007-2014	29
GRÁFICO 14 PARTICIPACIÓN PROMEDIO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PRIMARIOS NO TRADICIONALES, PERÍODO 2007- 2014	30
GRÁFICO 15 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PRIMARIOS NO TRADICIONALES, PERÍODO 2007- 2014	31
GRÁFICO 16 PARTICIPACIÓN PROMEDIO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS NO TRADICIONALES, PERÍODO 2007- 2014	33
GRÁFICO 17 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS NO TRADICIONALES, PERÍODO 2007- 2014	34
GRÁFICO 18 CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE LA SUB-PARTIDA 1604141000 “ATÚN EN CONSERVA”. PERÍODO 2007-2014	48
GRÁFICO 19 EXPORTACIONES TOTALES FOB, SUB-PARTIDA 1604141000 “ATÚN EN CONSERVA”. PERÍODO 2007-2014	49
GRÁFICO 20 VOLÚMEN DE EXPORTACION, SUB-PARTIDA 1604141000 “ATÚN EN CONSERVA”. PERÍODO 2007-2014	50
GRÁFICO 21 PRODUCCIÓN POR TIPO DE FLOR (PARTICIPACIÓN %), AÑO 2012	51
GRÁFICO 22 CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE LA SUB-PARTIDA 0603110000 “ROSAS”. PERÍODO 2008-2014	53
GRÁFICO 23 EXPORTACIONES TOTALES FOB, SUB-PARTIDA 0603110000 “ROSAS”. PERÍODO 2008-2014	53
GRÁFICO 24 VOLÚMEN DE EXPORTACION, SUB-PARTIDA 0603110000 “ROSAS”. PERÍODO 2008-2012	54



GRÁFICO 25 CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE LA SUB-PARTIDA 151100000 “ACEITE DE PALMA EN BRUTO”. PERÍODO 2007-2014	58
GRÁFICO 26 EXPORTACIONES TOTALES FOB, SUB-PARTIDA 1511100000 “ACEITE DE PALMA EN BRUTO”. PERÍODO 2007-2014	58
GRÁFICO 27 VOLUMEN DE EXPORTACION, SUB-PARTIDA 1511100000 “ACEITE DE PALMA EN BRUTO”. PERÍODO 2007-2013	59
GRÁFICO 28 EXPORTACIONES TOTALES FOB, SUB-PARTIDA 2301201000 “HARINA DE PESCADO”. PERÍODO 2007-2014	62
GRÁFICO 29 CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE LA SUB-PARTIDA 2301201000 “HARINA DE PESCADO”. PERÍODO 2007-2014	63
GRÁFICO 30 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES. PERÍODO 1990-2000, 2007-2014	66
GRÁFICO 31 CONCENTRACIÓN PROMEDIO DE DESTINOS DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES PRIMARIOS E INDUSTRIALIZADOS. PERÍODO 2008-2013	69
GRÁFICO 32 PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE ATÚN EN CONSERVA. SUB PARTIDA 1604141000. VALORES TOTALES FOB. PERÍODO 2007-2014	78
GRÁFICO 33 PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE ATÚN EN CONSERVA. SUB PARTIDA 1604141000. VALORES TOTALES FOB. PERÍODO 2007-2014	79
GRÁFICO 34 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS DESTINOS MÁS RELEVANTES DE LAS EXPORTACIONES DE ATÚN EN CONSERVA ECUATORIANAS. SUB PARTIDA 1604141000. VALORES PROMEDIO FOB PERÍODO 2007-2014	80

GRÁFICO 35 EVOLUCIÓN ANUAL DE EXPORTACIONES DE ATÚN EN CONSERVA HACIA ESPAÑA. SUB PARTIDA 1604141000. VALOR TOTAL FOB PERÍODO 2007-2014	81
GRÁFICO 36 PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE ROSAS. SUB PARTIDA 0603110000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014	86
GRÁFICO 37 PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE ROSAS. SUB PARTIDA 0603110000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014	87
GRÁFICO 38 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS DESTINOS MÁS RELEVANTES DE LAS EXPORTACIONES DE ROSAS ECUATORIANAS. SUB PARTIDA 0603110000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014	88
GRÁFICO 39 EVOLUCIÓN ANUAL DE EXPORTACIONES DE ROSAS HACIA ESTADOS UNIDOS. SUB PARTIDA 0603110000. VALOR TOTAL FOB PERÍODO 2008-2014	90
GRÁFICO 40 PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE ACEITE DE PALMA EN BRUTO. SUB PARTIDA 1511100000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014	95
GRÁFICO 41 PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE ACEITE DE PALMA EN BRUTO. SUB PARTIDA 1511100000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014	96
GRÁFICO 42 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS DESTINOS MÁS RELEVANTES DE LAS EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA EN BRUTO. SUB PARTIDA 1511100000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014	97
GRÁFICO 43 EVOLUCIÓN ANUAL DE EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA EN BRUTO HACIA VENEZUELA. SUB PARTIDA 1511100000. VALOR TOTAL FOB PERÍODO 2008-2014	98

GRÁFICO 44 EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE ACEITE DE PALMA EN BRUTO EN VENEZUELA. SUB PARTIDA 1511100000. PERÍODO 2007-2012	99
GRÁFICO 45 PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE HARINA DE PESCADO. SUB PARTIDA 2301201000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014	103
GRÁFICO 46 PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE HARINA DE PESCADO. SUB PARTIDA 2301201000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014	104
GRÁFICO 47 EVOLUCIÓN ANUAL DE EXPORTACIONES DE HARINA DE PESCADO HACIA CHINA. SUB PARTIDA 2301201000. VALOR TOTAL FOB PERÍODO 2009-2014	105
GRÁFICO 48 EVOLUCIÓN BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA. VALORES TOTALES FOB. PERÍODO 2007-2014	122
GRÁFICO 49 EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 1604141000. PERÍODO 2007-2014.	127
GRÁFICO 50 EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 0603110000. PERÍODO 2007-2014	128
GRÁFICO 51 EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 0603110000. PERÍODO 2007-2014	129
GRÁFICO 52 EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 2301201000. PERÍODO 2007-2014	128
GRÁFICO 53 EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO. 2007 VS. 2014	131

GRÁFICO 54 PROYECCIÓN DE LA EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO. ESCENARIO INTERMEDIO. AÑOS 2015 Y 2016	144
--	-----

GRÁFICO 55 PROYECCIÓN DE LA EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO. ESCENARIO CONSERVADOR. AÑOS 2015 Y 2016	146
--	-----

GRÁFICO 56 PROYECCIÓN DE LA EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO. ESCENARIO OPTIMISTA. AÑOS 2015 Y 2016	148
--	-----

## **ÍNDICE DE IMÁGENES**

IMAGEN 1 FÓRMULA DE CONTRIBUCIÓN DE UN PRODUCTO O INDUSTRIA AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL	125
--	-----

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

ANEXO 1 MATRIZ DE SELECCIÓN 1. SUB PARTIDAS MÁS RELEVANTES DE CADA CAPÍTULO ARANCELARIO EN BASE A VALORES DE EXPORTACIÓN PROMEDIO. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB	178
--	-----

ANEXO 2 MATRIZ DE SELECCIÓN 2. SUB PARTIDAS MÁS RELEVANTES DE CADA CAPÍTULO ARANCELARIO EN BASE A CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO. PERÍODO 2007-2014. MILES DE DÓLARES FOB	179
---	-----

ANEXO 3 VALORES PROYECTADOS EN 3 ESCENARIOS DE CRECIMIENTO PARA LOS PRODUCTOS SELECCIONADOS. MILLONES DE DÓLARES FOB. AÑOS 2015 Y 2016	180
--	-----

## **I. TEMA**

### **ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS NO TRADICIONALES DE EXPORTACIÓN MÁS RELEVANTES EN EL PERÍODO 2007-2014 Y SU RELEVANCIA EN EL SECTOR EXTERIOR ECUATORIANO.**

## **II. RESUMEN**

La historia del Ecuador registra que su estructura de comercio internacional está basada en su condición agrícola y proveedora de materias primas para mercados fijos. Desde principios de 1990, y a lo largo de más de dos décadas, el ingreso de divisas al país dependió en esencia de la explotación de exportaciones petroleras y del aprovechamiento de productos no petroleros tradicionales como el banano, el café o el cacao. Este contexto, causó el desplazamiento en otros sectores productivos y bienes con altos niveles de crecimiento de exportación, los cuales a falta de apoyo técnico, tecnológico y económico no desarrollaron su pleno potencial. Así, el objetivo de este trabajo de investigación, es el de proporcionar una exploración que con referencia al período 2007-2014, sirva como guía para el análisis del sector de productos exportables No Tradicionales y la emergente influencia de los mismos en el mercado internacional y la Balanza Comercial ecuatoriana, a fin de exponer sus oportunidades en la búsqueda de un sector exterior ecuatoriano más dinámico y competitivo.

Palabras Clave: Exportaciones No Tradicionales, Balanza Comercial, Ecuador

## **III. ABSTRACT**

The history of Ecuador registers that the structure of its international trade structure is based on its agricultural and supplier status of raw materials to certain markets. Since the early 1990s, and for more than two decades, the country's foreign exchange earnings depended essentially on the exploitation of oil exports and the use of traditional non-oil products such as bananas, coffee or cocoa. This context has caused the displacement of other productive sectors and goods with high levels of export growth, which in the absence of technical, technological and economic support have not developed their full potential. Thus, the objective of this research is to provide an exploration that, with reference to the period 2007-2014, serves as a guide for the analysis of the sector of Non-traditional products and the emerging influence of them in the

international market and the Ecuadorian Balance of Trade. This has been done in order to expose the opportunities in the search for a more dynamic and competitive Ecuadorian foreign sector.

#### **IV. RIASSUNTO**

La storia dell'Ecuador impone che la struttura dei suoi scambi internazionali si basa sul suo stato agricolo e fornitore di materie prime per alcuni mercati. A partire dai primi anni 1990, e per più di due decenni, il reddito di valuta estera per il paese è sostanzialmente dipeso sullo sfruttamento delle esportazioni di petrolio e l'uso di prodotti non tradizionali come le banane, caffè o cacao. Questo contesto ha causato lo sfollamento di altri settori produttivi e delle merci con alti livelli di crescita delle esportazioni, che, in assenza di supporto tecnico, tecnologico ed economico, non hanno sviluppato il loro pieno potenziale. Pertanto, l'obiettivo di questo lavoro è fornire un'indagine che, con riferimento al periodo 2007-2014, funge da guida per l'analisi del settore non tradizionali prodotti e l'influenza emergente di loro nel mercato internazionale e l'Balance ecuadoriana del Commercio. Questo si sviluppa, con l'obiettivo di esporre le opportunità che questo settore rappresenta nella possibilità di un settore più dinamico e competitivo di esportazioni.

## **V. INTRODUCCIÓN**

La economía ecuatoriana, en el transcurso de su historia, dependió de un modelo de comercio exterior agroexportador, el cual se basa de manera primordial en la comercialización de bienes Petroleros y Tradicionales. Aunque estas exportaciones sustentaron la Balanza Comercial ecuatoriana y se consolidaron como una relevante fuente de divisas, su dependencia generó que la matriz exportadora del país se vuelva cada vez más vulnerable ante efectos externos de variaciones de precios y demanda por parte de mercados internacionales. De esta manera, se exterioriza que la alta concentración hacia un solo grupo de productos, se convirtió en una barrera que impide una efectiva consolidación del crecimiento económico sostenido tanto de la economía interna del país, como en la oferta hacia el mercado mundial. A pesar que en años recientes Ecuador buscó potenciar la oferta exportable del país, las condiciones de la coyuntura financiera local e internacional sólo ratificaron que la atención hacia un solo sector de exportaciones es insuficiente como alternativa para una transformación sustancial del curso presente.

En este contexto, los productos No Tradicionales ecuatorianos se desarrollaron en años recientes como una respuesta al interés del país por diversificar y fortalecer su sistema productivo, al plantear perspectivas positivas para un desarrollo eficiente gracias a su emergente tendencia de demanda en mercados internacionales y a la competitividad que estas establecieron para instaurarse en nuevos nichos de mercados extranjeros. Esto, en la búsqueda de un dinamismo en el intercambio con el país de origen que no sólo genera valor agregado y un entorno de producción e industrialización más sólido, si no que permite evaluar el nivel de contribución que este tipo de productos es capaz de alcanzar en un futuro en la Balanza Comercial y en general en el sector externo del Ecuador. Así, uno de los puntos que se busca demostrar en este trabajo de investigación es el hecho de que el Ecuador, al ser un país con una economía basada de manera sustancial en la exportación de petróleo, requiere convertir la composición de su canasta exportable, y así otorgar mayor peso relativo a productos que se puedan distinguir por su valor agregado. De esta forma se vuelve imperativo un estudio a profundidad de proyectos que ofrezcan mejorar la identificación de oportunidades en potencia que el país aún no explota o cuyo aprovechamiento aún es incipiente.

En esta coyuntura, se cree necesario el señalar que aunque la problemática planteada se desarrolló al considerar de forma exhaustiva el contexto general de las exportaciones ecuatorianas y su rol en la Balanza Comercial del país, el presente Trabajo de Investigación tiene como objetivo principal el analizar en profundidad el desenvolvimiento de las exportaciones No Tradicionales ecuatorianas en el mercado internacional durante el período 2007-2014, encadenamiento que de igual forma, permitirá identificar a los productos ecuatorianos de exportación no tradicional de más notable dinamismo en los últimos siete años, dando así a conocer su desenvolvimiento en el mercado internacional y su potencial de contribución en el sector exterior del país. Esta labor se sustenta en tres objetivos específicos: realizar una identificación interna de los bienes no tradicionales que registraron un aporte y crecimiento relevante en el sector de exportación durante el período analizado; analizar los principales lugares de destino de comercialización de estos productos no tradicionales seleccionados con el objetivo de estimar su efecto de demanda y competitividad en mercados extranjeros; y, explorar posibles escenarios de crecimiento y demanda para estos a fin de conocer su incidencia de contribución vigente y futura en la Balanza Comercial ecuatoriana. Estos objetivos se profundizan a través de los tres capítulos que conforman este estudio.

Por otro lado, con el fin de fundamentar este análisis de manera teórica, se seleccionó a la Teoría Cepalina del Crecimiento Económico, fundamento que busca ser entendido como el progreso de las condiciones de vida de los seres humanos por medio de la satisfacción de sus necesidades materiales, sociales y espirituales. Su objetivo principal es consolidar la concepción del desarrollo como un proceso de transformación a través del cual las sociedades recorren desde economías tradicionales (agrícolas) poco fructíferas, a economías modernas en su mayoría dotadas de un componente de desarrollo industrial, tecnológico y en extremo productivas (Esteva, 2010: 01). Pues en este concepto de progreso, es la evolución de la productividad lo que hace más fácil la prosperidad de los niveles de vida de una sociedad, por cuanto colectividades más productivas son capaces de retribuir mejor el trabajo, lo que, en consecuencia, permite a las personas aumentar su consumo de bienes y servicios, al generar una expansión de la producción que realimenta el proceso de crecimiento (Tezanos, 2013: 15).



Además, se considera que esta línea de pensamiento es la más adecuada pues está caracterizado por su multiplicidad y no unicidad que gira alrededor de un conjunto de planteamientos diferentes. A lo largo de la evolución de la economía del desarrollo existieron diferentes teorías enmarcadas en diferentes formas de pensamiento y opciones ideológicas. La teoría del Crecimiento Económico aparece con las contribuciones de la denominada primera generación o “pioneros del desarrollo” entre los cuales se destacan otros autores como Adelman, Singer, Smelser, Prebisch, Myint, Rostow, Nurkse, Arthur Lewis, Myrdall, entre otros (Mora, 2006: 07). Más adelante, la década de los setenta marcó la consolidación del proceso mediante el cual las bases y fundamentos de la teoría neoclásica constituyeron una vez más una tendencia dominante en la economía en general y en los estudios del desarrollo económico de manera particular. Entre varios aspectos, en este proceso se enfatizó el éxito de la teoría del Crecimiento Económico como opción principal de avance en los países en vías de desarrollo, en especial los de América Latina. De manera específica, se planteó varios enfoques de estudio del comercio internacional, destacando en uno de ellos el análisis de valor aplicado al intercambio internacional, que sería el encargado de exponer y predecir determinados acontecimientos suscitados en el entorno de la comercialización, y de esta forma disipar interrogantes como por qué un país comercializa de manera en que lo hace o qué determina la estructura, orientación y la cantidad del intercambio entre países cuando se importa o exporta un tipo u otro de producto (Mora, 2006: 18).

Así mismo, este análisis se profundizó durante los años ochenta, en donde la Comisión Económica para América Latina y el Caribe- CEPAL, incorporó nuevos resultados y postulados a esta teoría, anclando como punto de inicio el llamado “Argumento Cepalino” en donde se remarca la importancia de la competitividad para un crecimiento sostenido en el largo plazo. Aquí, dicha competitividad marca la capacidad de sostener la participación de un país en mercados internacionales, elevando así de manera simultánea la calidad de vida de una población, pero con la dependencia de introducir de forma progresiva nuevos procesos y la producción de nuevos bienes y servicios. Así, para la Teoría del Crecimiento Económico, lograr modelos de eficiencia vigentes en el resto del mundo también “supondrá la producción de nuevos (y distintos) bienes y procesos en una sociedad”. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 1999: 01). De esta forma, en el contexto

de este Trabajo de Investigación, esta teoría facilita la noción bajo la cual se establece que un país que forma parte del comercio internacional no sólo depende de los recursos con los que cuenta, sino también de las barreras que el comercio asigna, y hace base en el concepto de que los recursos naturales son limitados y están distribuidos en forma heterogénea en el mundo, lo cual condujo a los países a la especialización en determinados productos y alude a la política interna de cada país frente a su forma de mantener relaciones comerciales (OECD, 2014: 01).

Bajo toda la coyuntura que se expone de manera previa, se plantea la hipótesis “La dinámica de crecimiento mostrada por las exportaciones No Tradicionales en años recientes ocasionaría la necesidad de potenciar la oferta exportable actual, labor que conduciría al aprovechamiento de sus productos más relevantes como una alternativa de crecimiento económico eficiente debido a la alta demanda existente en la actualidad en mercados internacionales, y a su vez, sirviendo como medio para aliviar el déficit en la balanza comercial no petrolera”. Con el fin de comprobarla hizo uso de un método empírico y teórico de investigación. Bajo un método teórico pues el uso de la literatura y fuentes de información se considera clave en el análisis y evaluación de datos recogidos en investigaciones de ámbito privado y gubernamental, informes académicos, revistas, periódicos o libros.

Del mismo modo, con el método empírico se recurre a recolección de información en las principales fuentes de investigación sobre exportación, lo que proporciona información real y entrega una perspectiva clara de los principales focos de análisis necesarios para este trabajo de investigación. Con la utilización de estos métodos, la información recopilada fue procesada, haciendo una selección de los datos más relevantes y diferenciando los fundamentos de mayor interés que permite llegar a conclusiones que hacen posible comprobar el cumplimiento de la mencionada hipótesis y los objetivos establecidos. Así mismo se demuestra el nexo y relevancia con estudiado a lo largo de la carrera puesto que se realiza un uso y análisis intensivo de información económica, por lo que se ponen en práctica los distintos conceptos aprendidos en clase.

De esta forma, toda la información recopilada se organiza a lo largo de tres Capítulos específicos. En el primero capítulo se enfoca en analizar la

situación del componente de exportación No Tradicional ecuatoriano y su influencia en el sector exportador. Este comprende un diagnóstico inicial de la situación del sector exportador en el Ecuador, así como la identificación metodológica de los productos de exportación No Tradicional más relevantes del período 2007-2014. Además se determina perfil de los mismos con el fin de determinar su comportamiento en el sector exportador ecuatoriano en el período ya mencionado. En el segundo capítulo, se realiza un análisis de la situación del Ecuador en el mercado internacional, con el fin de conocer los principales socios comerciales del país. Además se profundizan la situación existente del sector de cada producto seleccionado para su estudio y sus efectos en la demanda y potenciales ventajas comparativas del país dentro de la oferta exportable considerada. También como contraste a la información recogida, se analiza la situación los principales competidores mundiales o regionales en relación a cada producto. En el tercer capítulo se busca señalar si existe una influencia de las exportaciones No Tradicionales seleccionadas en la Balanza Comercial ecuatoriana, para lo cual se realizan diversos análisis. El primero busca hacer un diagnóstico de la Balanza Comercial del Ecuador durante el periodo de estudio.

Luego bajo este estudio, se da a conocer si los productos seleccionados aportan de manera positiva en el Saldo de Balanza Comercial ecuatoriana, estableciendo si en realidad constituyen una alternativa potencial para la estructura exportadora ecuatoriana. Posterior a esto se analizan las posibilidades a corto plazo de los productos seleccionados bajo la influencia de distintos escenarios, los cuales se apoyan en tendencias de crecimiento mostradas durante toda esta investigación. Por último, y para finalizar el presente Trabajo de Investigación, presenta un análisis, conclusiones y recomendaciones del mismo, a través de las cuales se busca profundizar la situación presente del sector exterior ecuatoriano y exponer la posibilidad que los productos No Tradicionales ofrecen en su futuro.

## **CAPÍTULO I**

### **EL COMPONENTE DE EXPORTACIÓN NO TRADICIONAL ECUATORIANO Y SU INFLUENCIA EN EL SECTOR EXPORTADOR**

A través de los años, el sector externo ecuatoriano se caracteriza por su dependencia sobre la exportación de productos primarios hacia contados mercados internacionales. Para Ecuador, siendo en esencia un país agrícola y proveedor de materias primas, el ingreso de divisas obedece de forma principal a las ventas de petróleo y aportes tributarios sobre algunos bienes de exportación. Esto determina que sectores productivos destacados en el país sean descuidados, dejando de lado artículos y bienes que por falta de apoyo económico, técnico y tecnológico no se perfeccionan de manera apropiada. No obstante, desde principios de la década del año 2000, en el intento por lograr que el país marche sobre la ruta de un creciente proceso de modernización globalizado, se logró una serie de reformas estructurales que tienen el objetivo de extender la economía ecuatoriana hacia el mercado internacional y con esto provocar la dinamización de su economía y el fortalecimiento de nuevos sectores productivos no tradicionales.

Es así que los considerados “Productos No Tradicionales” se convierten para el país en un factor clave para el futuro de una economía desarrollada, pues a través de sus externalidades (innovación, productividad y acceso a mayores mercados) constituyen una oportunidad de progreso. Su importancia radica en la relevancia que estas puedan dar en un enfoque que permita incrementar bienes que aseguren y garanticen la creación de una estructura diversificada, la cual proporcione estabilidad y un crecimiento sostenido en el tiempo, pues la elevada dependencia hacia un reducido grupo de productos constituye un riesgo frente a variaciones de factores externos a los que el país se encuentra expuesto, tales como el precio internacional del petróleo o las cuotas internacionales de mercado.

#### **1.1. Diagnóstico del Sector Exportador en el Ecuador**

Hasta la década de los años sesenta, las exportaciones ecuatorianas estuvieron en esencia caracterizadas por la comercialización de relevantes cantidades de banano, cacao y café. Posteriormente, durante la década del setenta y de los años ochenta, el petróleo se afirmó como el producto estrella de exportación del país. Esta estructura de exportaciones otorgó al país una

dinámica de productor y exportador de materias primas (de poco valor agregado) estableciendo apenas una fase de desarrollo inicial en el concepto de intercambio comercial. No obstante, y como se evidencia en párrafos posteriores, dicha oferta exportable mostró cambios notables en su composición en años posteriores, no sólo evidenciando menor relevancia para los considerados bienes primarios tradicionales, sino priorizando a los denominados “industrializados”.

Esta corriente de exportación muestra que aunque existen períodos de contracción originados por factores externos (crisis mundiales, recesiones, etc.), en general el rumbo exportable ecuatoriano tiende a recuperar un nivel paralelo a la tendencia de crecimiento a largo plazo originado en los años ochenta, consecuencia que sin embargo está en relevante dimensión ligada a la mejora de precios en materias primas y la elevada incidencia del precio del barril de petróleo.

#### **1.1.1. Sector exterior ecuatoriano: Antecedentes Históricos**

El sector externo del Ecuador (desde sus inicios como República) fue marcado por tener una evolución histórica inestable. Tanto los volúmenes de productos ecuatorianos de exportación cuanto sus precios, sufrieron las limitaciones comunes que enfrenta una nación agro-minera la cual depende de forma principal de la exportación de valores primarios. Los largos tiempos de producción, el corto valor agregado, y el bajo nivel de crecimiento y productividad son entre otros, factores que restringieron y luego causado consecuencias perjudiciales en los términos de intercambio internacional. De esta forma, de forma cronológica hasta principios de los años ochenta, se puede establecer tres períodos para el sector externo del país. Es necesario recalcar que la presencia de un producto primario principal fue determinante en cada ciclo, pues la diversificación en las exportaciones fue casi inexistente durante estos ciclos (Guerra, 2001: 06).

El primer período (el cual puede ser dividido en dos fases) fue el del cacao, el cual desarrolló un estado de auge entre 1860 y 1920 y una crisis difícil de sobrepasar duradera hasta la Segunda Guerra Mundial, momento en el que los términos de intercambio mejoraron aunque no así la producción del mismo. Un segundo período contó como producto estrella de exportación al

banano, el cual entró en apogeo entre 1948 y 1965 pero que después de este año experimentó un periodo de estancamiento. Más adelante, un tercer período, el del petróleo, emprendió una fase cúspide desde principios de los años 70 hasta principios de los 80, al cual sin embargo, le siguió una crisis aún presente en la actualidad. Así, se denota que la evolución a largo plazo de las exportaciones antes mencionadas fue en realidad el único factor de cierta manera relevante en la historia económica del país (Larrea, 1992: 03).

Además, bajo los conceptos del libro “Breve historia económica del Ecuador” de Alberto Acosta, se resalta también que estos años iniciales de la actividad comercial ecuatoriana estuvieron marcados por una consolidación de las bases de un modelo de acumulación primaria exportadora, la cual se destaca por su combinación de exportaciones de recursos naturales, y la importación de insumos, materia prima y maquinaria capaz de transformarla (Tonon Ordoñez, 2010: 128).

Este modelo de crecimiento agrícola conocido como “modelo primario agroexportador” o “modelo de crecimiento hacia afuera” se extendió hasta 1965, forjando dependencia económica de la evolución de exportaciones e implementando políticas económicas de corte liberal. En consecuencia, dicho modelo produjo que para finales de los años sesenta, la CEPAL catalogara a Ecuador como uno de los países con menor índice de desarrollo relativo en América Latina, pues su crecimiento se volvió lento y estaba atado al excedente económico derivado de la Rama Agrícola. Elementos como la disponibilidad de divisas, su monto y reinversión se tornaron dependientes de las compras de países consumidores a lo largo de los años como Inglaterra y Estados Unidos (Guerra, 2001: 50).

Consecuente a estos hechos, los precedentes inmediatos en el sector externo, se reflejaron en la caída continua de los precios internacionales de los principales productos de exportación y su posterior reducción en la producción de los mismos, evidenciando una vez más, una secuela negativa del modelo de acumulación agroexportador que se encontraba vigente (Guerra, 2001: 51). Es así que en Ecuador se profundizó la conciencia referente a la necesidad de la industrialización como medida para contrarrestar los efectos de las asiduas bajas en la actividad exportadora, la cual causaba profundos desajustes en la economía ecuatoriana y su sociedad (Villalobos, 1987: 30). Otra antecedente

que se considera relevante resaltar para esto, es que países como Chile, Argentina y Perú incluso desde los años treinta, ya sentaron un ejemplo en cuanto al crecimiento a través de la industrialización, impulsando su industria ligera de alimentos, calzado y vestido (Guerra, 2001: 51).

Es de esta forma que para 1972, el comienzo de la exportación de petróleo se estableció como principal fuente de industrialización y marcó el auge de la inversión privada y pública, hecho que no tenía precedentes hasta ese momento (Oleas, Ecuador 1972–1999: Del Desarrollismo petrolero al ajuste neoliberal, 2013). Durante este transcurso, se consolida en Ecuador la aparición de la inversión extranjera directa, en especial la de consorcios transnacionales estadounidenses. Además, la participación de dichas fuentes de inversión, se realiza cuando el sistema capitalista a nivel mundial se encuentra atravesando un proceso nuevo de desarrollo conocido como la “Globalización de la Economía” en el cual el papel que juega la inversión extranjera compone una de sus bases primordiales. Así, Ecuador se vio aventajado en este escenario de desarrollo de capital con base industrial y modernización agrícola, de manera particular por tres razones financieras básicas: Los ingresos por exportación de petróleo, los términos de intercambio y el crédito externo (Guerra, 2001: 55).

Por un lado, los ingresos petroleros se constituyeron como la fuente principal del incremento de la riqueza nacional, transformándose así en el primer generador de divisas e ingresos fiscales. En relación a las exportaciones totales del país, para 1973 las exportaciones de petróleo ya representaban un 50% de las mismas. Del otro lado, los términos de intercambio que se manejaron para los principales productos de exportación No Petroleros (café, cacao, banano) se incrementaron de forma significativa a finales de los años setenta, circunstancia que fue destacable, pues del total de Exportaciones No Tradicionales, el 96% se constituía de productos de agro-exportación y sus elaborados. Aquí, Ecuador experimentó una solvencia exterior sostenida, la cual le permitió contar con una capacidad adquisitiva de exportación superior a la registrada durante el período pre-petrolero. Relativo al crédito externo, a través del ingreso de dólares provenientes del petróleo a la banca internacional se instauraron bajas tasas de interés, manifestando la ayuda de los países desarrollados debido a su necesidad de entregar liquidez a los países en vías de desarrollo para hacer posible la entrega de sus bienes (Guerra, 2001: 56-

58). Así, bajo estos tres pilares se produjo un crecimiento económico notable, el cual se transformó en subsidios para bienes/servicios y expandió el gasto público (Guerra, 2001: 59).

Bajo lo expuesto de manera previa, se concluye que Ecuador a lo largo de su historia se caracteriza por su naturaleza de nación mono exportadora, siendo un solo producto el sustento de su progreso económico. Además a esto, durante varios años el país se desarrolló con un crecimiento hacia afuera, dependiente del sector externo, hecho que permitió el avance de una alta vulnerabilidad. No obstante, la producción ecuatoriana se diversificó en una cierta medida en años recientes, el grado de manufactura y escaso valor agregado de esta diversificación no permite al país consolidarse dentro de un mercado internacional, causando aún dependencia de Exportaciones Petroleras y No Petroleras Tradicionales (Sánchez, Zambrano, & Bocca, 2003: 01).

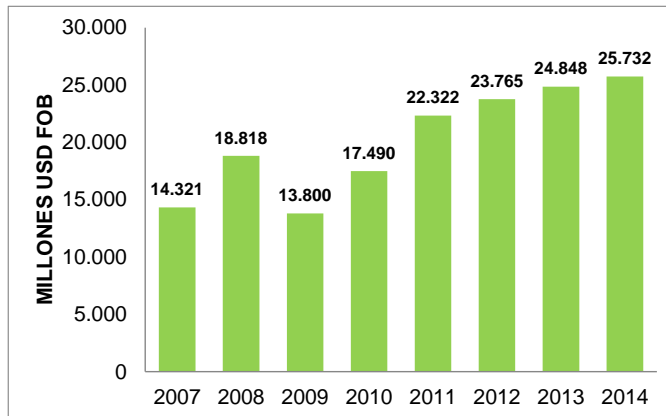
#### **1.1.2. Análisis del comportamiento del Comercio Exterior en el Ecuador durante el período 2007-2014**

##### **EXPORTACIONES TOTALES**

Desde el año 2007, el comercio exterior ecuatoriano se caracteriza en general por presentar dinamismo y tasas de crecimiento anuales positivas. En un principio, varios analistas observaron en la dolarización, una barrera a largo plazo relevante a considerar dentro del crecimiento de las Exportaciones Totales ecuatorianas, debido a la pérdida de competitividad cambiaria producto de la imposibilidad de devaluar una moneda extranjera. Sin embargo, el tiempo probó lo contrario, pues si se toma como ejemplo el período de análisis 2007-2014, se evidencia que este, aunque está caracterizado por un incremento poco significativo durante el 2007 y en especial el 2009 (en donde la crisis mundial de ese año desencadenó una inestabilidad financiera general) también registra un crecimiento notable en especial del 2010 al 2014. Así, como se observa en el Gráfico 1, las exportaciones incluyendo al petróleo, crecieron a una tasa promedio anual del 7,6%, pasando de 14.321 millones de dólares FOB en 2007 a 25.732 millones en el 2014 (IDE Business School, 2008: 01).



**GRÁFICO 1**  
**EXPORTACIONES TOTALES FOB, PERÍODO 2007-2014**

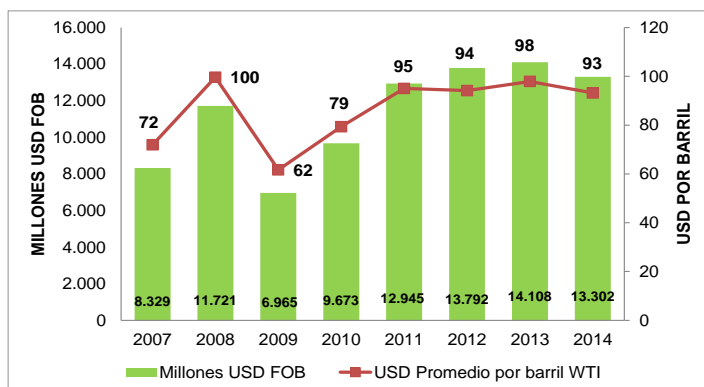


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## EXPORTACIONES PETROLERAS

En el mismo contexto, se considera relevante destacar la significativa diferencia existente entre las Exportaciones Petroleras y No Petroleras, pues las primeras se caracterizan por su destacada representatividad dentro de las Exportaciones Totales, con el petróleo y sus derivados constituyendo en promedio más del 55% de las mismas durante el período estudiado (IDE Business School, 2008: 01). De esta forma, el país recogió USD 77.530 millones FOB por concepto de exportaciones petroleras entre el 2007 y 2013, con un promedio del precio del crudo de USD 74,09, en el que se incluyen rangos que alcanzaron picos máximos de USD 117 y más bajos de USD 26 (año 2009). Sin embargo, y pese a que durante este periodo se registró un ingreso tres veces más alto de lo que Ecuador recibió en 7 años anteriores debido a los altos precios, el panorama cambió para el 2014, pues tras algunos meses de precios de barril fluctuantes a la baja (impulsada de manera principal por el aumento de oferta de Estados Unidos por petróleo de esquisto) en noviembre de ese año la decisión de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) de no reducir su producción impulsó una caída drástica. Así el crudo de Texas (WTI), referencial para el país, cerró diciembre del 2014 a un precio de USD 53,27, el más bajo desde mayo del 2009 (Ver Gráfico 2) (Redacción El Universo, 2015: 01).

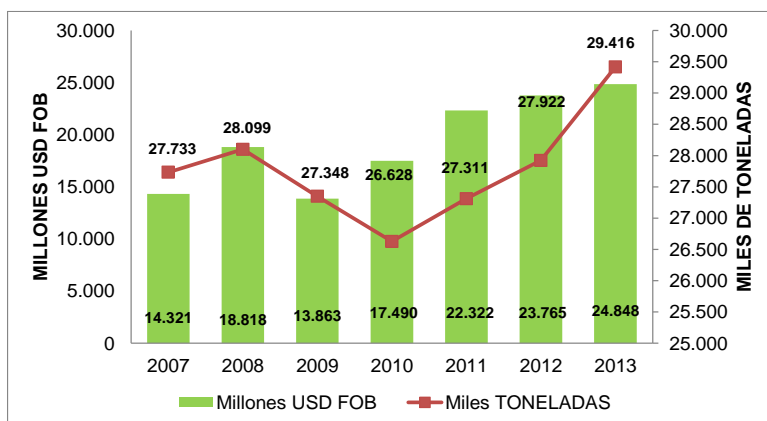
**GRÁFICO 2**  
EXPORTACIONES PETROLERAS TOTALES FOB, PERÍODO 2007-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Este análisis pone en evidencia la notable dependencia de la economía ecuatoriana sobre las exportaciones petroleras, en las que un elemento que se destaca es el precio del barril del petróleo, pues el desempeño, crecimiento y baja de las mismas evidencia un crecimiento por vía de precios más que de volumen (Ver Gráfico 3) (IDE Business School, 2008: 01).

**GRÁFICO 3**  
EVOLUCIÓN EXPORTACIONES TOTALES: VALOR VS. VOLUMEN, PERÍODO 2007-2014



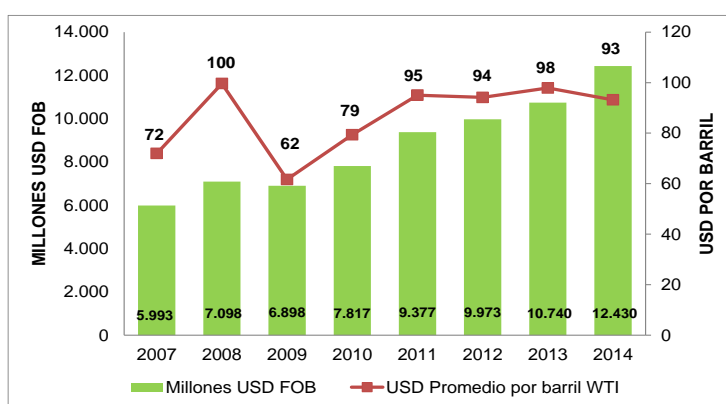
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## EXPORTACIONES NO PETROLERAS

Debido al desempeño y dinamismo favorable de exportaciones Tradicionales y No Tradicionales en años recientes, estas pasaron en la actualidad a formar parte significativa de las Exportaciones Totales con un

promedio del 40% de participación sobre las Exportaciones Totales (Ver Gráfico 4). En este contexto, Ecuador se mantiene como un exportador de bienes primarios, los cuales representan un 70% dentro de las Exportaciones No Petroleras, y de este total, exportaciones con un grado menor de intensidad tecnológica abarcan cerca de un 11%. De esta forma, si se analiza el período 2007-2014, se evidencia una tasa de crecimiento promedio del 11% en dólares y de un 2% en toneladas (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones: Guía Comercial) [PRO ECUADOR], 2013: 19).

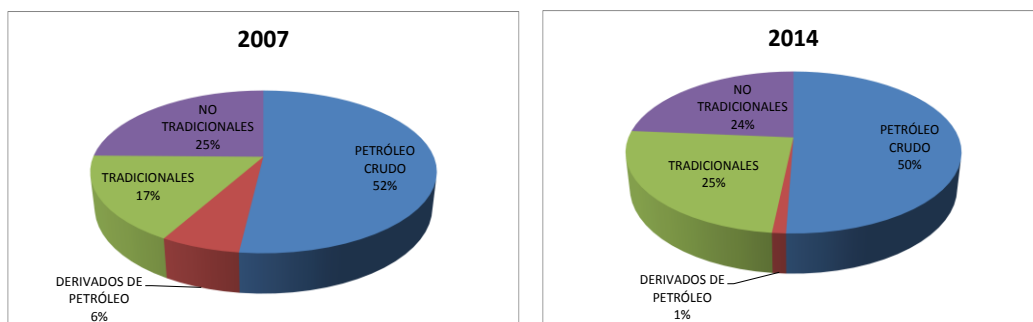
**GRÁFICO 4**  
EXPORTACIONES NO PETROLERAS FOB TOTALES, PERÍODO 2007-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Así, los productos no petroleros ecuatorianos de exportación al mundo gozaron de una tendencia creciente en los últimos cinco años. De esta forma, al dividir estos en Tradicionales y No Tradicionales, se puede evidenciar que las primeras pese a representar un 17% de las Exportaciones Totales en 2007, tuvieron un repunte para el 2014, alcanzando un 25%, mientras que en las segundas, con un 24% de participación en 2007 y un 25% en 2014, se indica una ligera rebaja como se aprecia en el Gráfico 5 (PRO ECUADOR: Guía Comercial, 2013: 20).

**GRÁFICO 5**  
**EXPORTACIONES PRINCIPALES POR GRUPO DE PRODUCTOS: 2007 VS**  
**2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## EXPORTACIONES TRADICIONALES

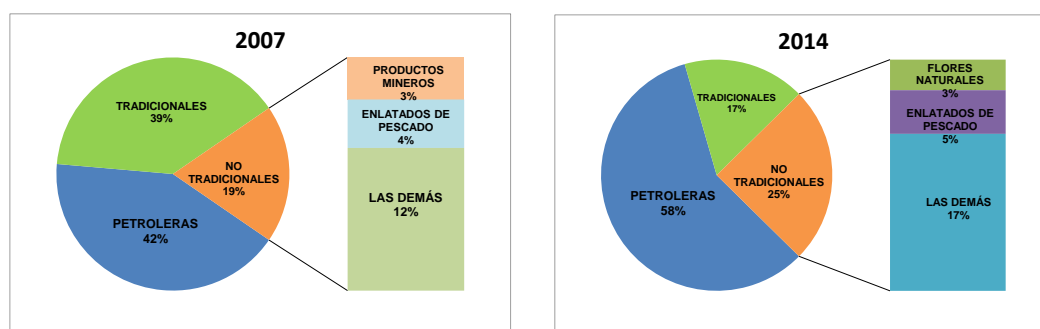
Bajo el contexto establecido, los productos de exportación tradicional que más se destacan en los desde el año 2007 son: el banano y el plátano con un valor de USD 1.302 millones en 2007 y de USD 2.607 millones para el 2014. El caso del camarón experimentó una tendencia parecida, de USD 612 millones en el 2007 y USD 2.571 millones en el 2014. Por su parte, el Cacao y sus elaborados cursaron un crecimiento gradual de sus exportaciones, aportando USD 239 millones en el 2007 y USD 709 millones para el 2014. El atún y pescado también se destacan, pues representan uno de los principales productos de exportación del país, pasando de USD 169 millones en el 2007 a USD 274 millones en el 2011. Por último, el Café y sus elaborados también gozaron de una tendencia general al alza en sus exportaciones, en donde hasta el 2013 pasó de USD 123 millones en el 2007 a USD 219 millones, pero que experimentó una baja hasta los USD 178 millones en el 2014 (PRO ECUADOR: Guía Comercial, 2013: 20).

## EXPORTACIONES NO TRADICIONALES

Los bienes de exportación No Tradicionales del Ecuador hacia el mundo están constituidos de forma principal por Flores naturales, Abacá, Productos de la minería, Frutas y Tabaco en rama. La tendencia de exportación de estos productos se mantuvo de forma creciente en los últimos cinco años, destacando en especial las Flores Naturales y otros productos de origen primario (Ver Gráfico 6). De la misma forma, para el mismo período de análisis

2007-2014, también se destacan productos No tradicionales industrializados, constituidos en su mayoría por Enlatados de pescado, Manufacturas de metal, Vehículos, Extractos y aceites vegetales, Jugos de frutas y Harinas de pescado (PRO ECUADOR: Guía Comercial, 2013: 21-22).

**GRÁFICO 6**  
EXPORTACIONES PRINCIPALES NO PETROLERAS POR GRUPO DE PRODUCTOS: 2007 VS 2014

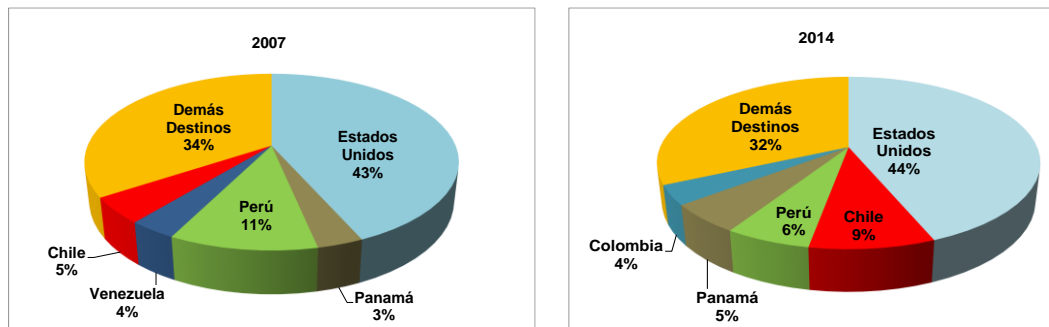


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIÓN (PAÍSES)

Durante el 2007 Estados Unidos se constituyó como el principal mercado de exportación del Ecuador, representando el 43% del total de exportaciones de ese año incluyendo al petróleo. Otros mercados que se destacaron fueron Perú con un 11%, y Chile con un 5%. Los demás destinos se encontraron distribuidos en un promedio de 200 países, completando un 34% (Ver Gráfico 7). El panorama para el 2014 se presentó de similar forma, repitiendo Estados Unidos como el más relevante mercado para el país, representado un 44% del total de las exportaciones de ese año, también reiteró Chile y Perú con un 9 y 6% respectivamente. Por otro lado, se destaca la inclusión de Colombia (4%) como nación de destino con un crecimiento pujante a lo largo del período, y de Panamá (5%) la cual resalta por gozar de un despunte a raíz de su inclusión en la Asociación Latinoamericana de Integración a partir del año 2012. Este hecho es contrastado con el paulatino decrecimiento como nicho de exportación de Venezuela, la cual sale de la Comunidad Andina de Naciones a partir del 2006 (PRO ECUADOR: Guía Comercial, 2014: 19).

**GRÁFICO 7**  
**PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIONES ECUATORIANAS**  
**TOTALES: 2007 VS 2014**

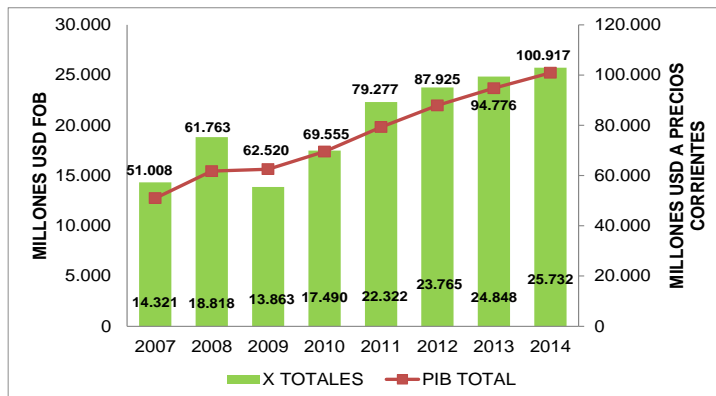


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE (Exportaciones Totales incluye petróleo)  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## PRODUCTO INTERNO BRUTO PETROLERO Y NO PETROLERO

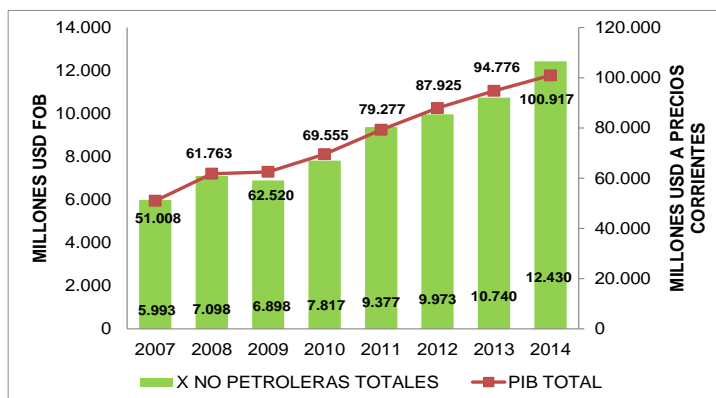
Con relación a Ecuador, una de los hechos que más generó comentarios por parte de los analistas económicos, está relacionado con la crisis desembocada en el continente europeo (en particular con España con una tasa de crecimiento de  $-0,1\%$  para 2010 y  $0,7\%$  para 2011) y su influencia en el Producto Interno Bruto ecuatoriano. La razón principal, es que de hecho Ecuador pudo verse afectado de forma negativa por este decaimiento tanto en las exportaciones como en la rebaja en el envío de remesas desde este continente, el cual se constituye como el principal emisor de las mismas. Sin embargo, desde el año 2010, este hecho no se produjo y según cifras del Fondo Monetario Internacional, Ecuador presentó un crecimiento de  $3,6\%$  en el 2010 al  $5,8\%$  en el 2011. Además, para los primeros años anteriores al período analizado, es posible observar que el PIB Total anual también tuvo un significativo incremento (incluyendo el período de la crisis mundial en 2009 en donde el alto precio del crudo ecuatoriano ayudó a superar la crisis), pues desde el 2007 al 2010, aumentó de USD 51.008 millones a USD 69.555 millones como se aprecia en el Gráfico 8 Y Gráfico 9. De la misma forma, estimaciones de la CEPAL presentaron proyecciones optimistas, destacando en su informe “Balance de las economías de América Latina y el Caribe 2011” a Ecuador como la tercera economía destacada por su crecimiento en América Latina, con un estimado de  $8\%$  para 2011, por encima de la media regional ( $4,3\%$ ) (Mayoral, 2012: 04).

**GRÁFICO 8**  
**PIB TOTAL ECUATORIANO VS. EXPORTACIONES TOTALES FOB,**  
**PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**GRÁFICO 9**  
**PIB TOTAL ECUATORIANO VS. EXPORTACIONES NO PETROLERAS**  
**TOTALES FOB, PERÍODO 2007-2014**



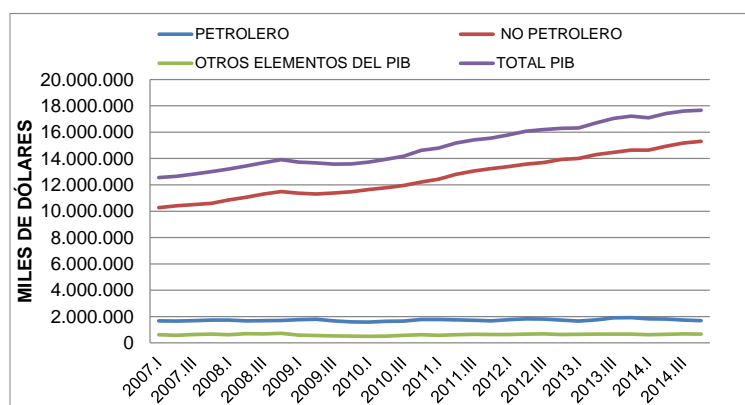
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Bajo esta coyuntura, se observa que en la división del PIB ecuatoriano en ramas petroleras y no petroleras a nivel trimestral, el peso del PIB no petrolero continúa en incremento lento respecto al petrolero. Para tomar un ejemplo particular del período analizado, se observa que solo en 2011 este fue seis veces superior al del año anterior (78,5% del total de la producción del país ese año). Este hecho, en relevante medida se debe al incremento constante de las ramas no petroleras frente a las caídas experimentadas en especial durante 2009 y 2010 en el sector petrolero, en donde la desaceleración en la extracción petrolera privada no fue adjudicada en su totalidad por empresas petroleras estatales, producción la cual sin embargo

aumentó en un promedio de 20% anual en años siguientes de la mano de Petroecuador y Petroamazonas gracias a una mayor productividad en sus campos. De esta forma, el componente No Petrolero se conservó constante durante el período 2007-2014, en términos absolutos (Mayoral, 2012: 04).

Por último, existen otros elementos contemplados dentro el desarrollo del PIB Total considerados como “otros elementos del PIB”, estos están determinados por impuestos indirectos netos provenientes de subvenciones de explotación y que aunque se consideran un componente residual del PIB, mantienen un ritmo de crecimiento lento pero sostenido (esto se considera podría ser un reflejo del sistema tributario ecuatoriano relativo a los impuestos indirectos), la evolución de todos estos componentes se observa en el Gráfico 10 (Mayoral, 2012: 04).

**GRÁFICO 10**  
EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL PIB REAL PETROLERO Y NO PETROLERO ECUATORIANO (PRECIOS 2007), PERÍODO 2007-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

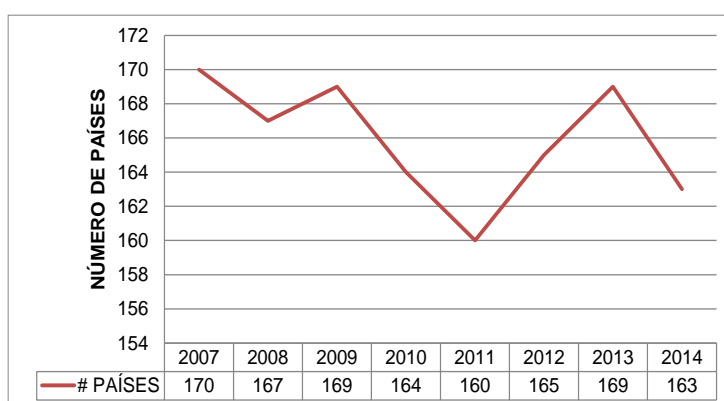
### 1.1.3. Concentración y diversificación de las exportaciones ecuatorianas

Para inicios de los años noventa, Ecuador llegó a exportar cerca de 283 productos a 85 países (según la clasificación de productos Nandina abierta a cuatro dígitos). Para el 2007 dichas exportaciones alcanzaron los 170 destinos, en el 2012 se logró alcanzar 165 países con 873 productos, y para el 2014 fueron 163 los mercados destino de las exportaciones ecuatorianas (Ver Gráfico 11). Sin embargo, bajo este parámetro no es posible determinar si existe en realidad una diversificación en el sector exportador de país, pues evaluar la capacidad de alcanzar nuevos mercados por sí sola no es suficiente,



pues en un contexto de diversificación, es significativo el reflexionar en qué medida nuevas naciones o nichos de mercado tienen un peso notable dentro de las exportaciones totales y cuáles son los nuevos productos que se incorporaron a la selección de productos ofertados por el país. En este marco, al incluir estos criterios, se expone de nueva cuenta que las exportaciones ecuatorianas están determinadas por una concentración en un número limitado de productos que se comercializan con determinados mercados, los cuales a lo largo de la historia se mantuvieron como constantes significativas en el sector externo del Ecuador (Castellanos & Samaniego, 2012: 52).

**GRÁFICO 11**  
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE DESTINOS DE EXPORTACIÓN, PERÍODO 2007-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Así, si se analiza el grado de concentración del destino de las exportaciones mediante el índice de Herfindahl Hirschman (herramienta que permite medir la concentración económica de un mercado) en períodos de 10 y 12 años, se destaca como varía la concentración de cada tipo de exportaciones tanto a nivel de países como de bloques comerciales, siendo el cambio más notorio el de la exportaciones Tradicionales, cuya concentración decreció de manera notable en los últimos 20 años. Del mismo modo, las exportaciones No Tradicionales aunque evidencian una reducción, cabe señalar que a través de los años estas mostró el índice de concentración constante más bajo. Por otro lado, las exportaciones Petroleras que para 1990 revelaban un índice de concentración menor con respecto al de las exportaciones Tradicionales, para el 2012 se encuentran mucho más concentradas, tanto a nivel de país de destino como de bloque geográfico, logrando un nivel de concentración superior a cualquiera (Ver Tabla 1) (Castellanos & Samaniego, 2012: 52).

**TABLA 1**  
**CONCENTRACIÓN DE DESTINOS DE EXPORTACIONES DEL ECUADOR**  
**RESULTADO DEL ÍNDICE DE HERFINDAHL-HIRSCHMAN**

<b>TIPO EXP./ AÑO</b>	<b>1990</b>	<b>2000</b>	<b>2012</b>
<i>TRADICIONALES POR PAÍS</i>	41,50%	13,40%	10,70%
<i>TRADICIONALES POR GRUPO</i>	38,40%	14,90%	12,50%
<i>PETROLERAS POR PAÍS</i>	27,10%	25,00%	39,90%
<i>PETROLERAS POR GRUPO</i>	26,30%	17,30%	31,40%
<i>NO TRADICIONALES POR PAÍS</i>	17,90%	12,10%	9,40%
<i>NO TRADICIONALES POR GRUPO</i>	14,50%	10,20%	5,40%

\*Mientras más alto es el índice (100%) mayor es el grado de concentración de destino de las exportaciones ecuatorianas

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

De manera general, el resultado de este índice permite reflexionar que el destino de las exportaciones ecuatorianas se desconcentró en años recientes. Sin embargo al analizar la evolución de las mismas a mayor detalle como en párrafos anteriores, se evidencia que dichas exportaciones tales como las de productos No Tradicionales, son menos concentradas resultado de una equiparación en la participación de estas en los principales mercados y no de una consolidación de las mismas en un mercado nuevo de destino. Dicha concentración de exportaciones en un número menor de destinos vuelve al país susceptible durante crisis económicas de los países compradores, pues la pérdida de preferencias arancelarias (ATPDEA) o la firma de tratados de comercio que vuelvan a los productos de terceros mercados más competitivos que los ecuatorianos sujetan a Ecuador a las repercusiones de cambios políticos o económicos (Castellanos & Samaniego, 2012: 52).

Además, a nivel de productos y sub-partidas arancelarias, la descripción de la exportaciones con mayor nivel de concentración descritas en las Tablas 2 y 3 pretende proporcionar una idea macro de qué productos representaron las principales fortalezas para el intercambio durante el año 2007 y 2014, demostrando que en el contraste de ambos años, Ecuador no consiguió diversificar sus exportaciones de forma notable a nivel de número de productos (Castellanos & Samaniego, 2012: 54).

**TABLA 2**  
**PARTICIPACIÓN DE LAS PRIMERAS DIEZ SUB PARTIDAS DE**  
**EXPORTACIÓN EN LAS EXPORTACIONES TOTALES, AÑO 2007**

#	Subpartida	Producto	2007 (Miles USD FOB)	% PART. 2007
1	2709.00.00.00	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO	7.428.356	51,87
2	0803.90.11.00	BANANAS FRESCAS TIPO <<CAVENDISH VALERY>>	1.250.943	8,73
3	2710.19.22.00	ACEITES PESADOS DE PETRÓLEO	694.994	4,85
4	1604.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	374.105	2,61
5	1604.20.00.00	PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO EXCEPTO ENTERO Y EN TROZOS	250.723	1,75
6	1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	196.338	1,37
7	0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS CONGELADOS NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	143.917	1,00
8	1511.10.00.00	ACEITE DE PALMA SIN MODIFICAR	109.324	0,76
9	2101.11.00.00	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	95.874	0,67
10	2008.91.00.00	PALMITOS PREPARADOS O CONSERVADOS EXCEPTO EN VINAGRE O ÁCIDO ACÉTICO	67.493	0,47
<b>TOTAL EXPORTACIONES 2007</b>			<b>14.321.315</b>	<b>74,10</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**TABLA 3**  
**PARTICIPACIÓN DE LAS PRIMERAS DIEZ SUB PARTIDAS DE**  
**EXPORTACIÓN EN LAS EXPORTACIONES TOTALES, AÑO 2014**

#	Subpartida	Producto	2014 (Miles USD FOB)	% PART. 2014
1	2709.00.00.00	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO	13.016.019	50,58
2	0803.90.11.00	BANANAS FRESCAS TIPO <<CAVENDISH VALERY>>	2.498.501	9,71
3	0306.17.99.00	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS CONGELADOS NO CONTEMPLADOS EN OTRA PARTE	1.346.825	5,23
4	1604.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	998.103	3,88
5	0306.16.00.00	CAMARONES, LANGOSTINOS Y DEMÁS DECÁPODOS DE AGUA FRÍA CONGELADOS	592.649	2,30
6	0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CONGELADAS	587.209	2,28
7	1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	577.085	2,24
8	7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	546.508	2,12
9	0306.17.19.00	LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIAS PENAEIDAE) CONGELADOS	414.593	1,61
10	7108.13.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO SEMBRILLADAS	308.060	1,20
<b>TOTAL EXPORTACIONES 2014</b>			<b>25.732.272</b>	<b>81,16</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Así y de acuerdo con la información anterior recogida por el Banco Central del Ecuador, al analizar los productos de exportación No Petroleros, se evidencia que existe una desatada concentración de productos Tradicionales como banano, camarón, café, cacao, atún y pescado, los cuales fueron por excelencia los principales ítems que durante las últimas dos décadas (y en

conjunto con el petróleo y sus derivados) concentraron más del 70% de exportaciones totales del país. Sin embargo, si se aparta las exportaciones Petroleras, se evidencia que durante el 2007-2014, la importancia de exportaciones Tradicionales dentro del total de exportaciones ecuatorianas se mostró cada vez menos significativa, pues estas pasaron de representar un 41,3% de las exportaciones totales en 1990, a un 16,14% en el 2007, un 18,5% en el 2012 y 19% en el 2014. Para los años 2011-2013, pese a que los principales productos de exportación no cambiaron, se sumaron otros bienes considerados No Tradicionales como las flores, los enlatados de pescado o el oro y sus derivados.

En esta descripción de la evolución de exportaciones clasificada por tipo de exportación, se evidencia un crecimiento destacado de otro tipo de bienes de exportación en el último par de décadas, destacando en especial los productos No Tradicionales por su dinamismo en años recientes, y las exportaciones petroleras por su peso dentro de las exportaciones totales. Pese a todo esto, es relevante recalcar que durante casi 20 años, más de cinco productos se repiten en la oferta exportadora ecuatoriana, lo que exhibe una relevante debilidad a nivel del sector industrial y manufacturero exportador del país. De manera paralela y a pesar de que los principales destinos de exportación de dichos productos se conservaron, en la actualidad su exportación ya no está concentrada en pocos destinos, siendo países de la Unión Europea como Rusia, Italia y Alemania, nuevas figuras en su horizonte externo (Castellanos & Samaniego, 2012: 54).

Así, y ante el panorama descrito en párrafos anteriores, se establece al cambio en la matriz productiva ecuatoriana como una prioridad para el momento presente, suponiendo la sustitución de importaciones, el fomento de las exportaciones y el mejoramiento del valor agregado y producción nacional como principales metas (Gallegos, 2014: 01). De esta forma, se busca vigorizar el proceso de transformación del patrón de especialización de la economía ecuatoriana el cual permita superar la condición de acumulación primario-extractivista-exportador, logrando reducir las externalidades negativas que este produce (Plan Nacional Para el Buen Vivir, 2010: 01). Esta estrategia apunta a diversificar productos, destinos y productores que participan en el comercio internacional pues los riesgos coligados con la alta concentración de la actividad económica de un solo sector o destino son relevantes, en especial

para una economía como la ecuatoriana, la cual está en relevante dimensión ligada con el petróleo y su producción (Redacción PanamericanWorld, 2014: 01).

## **1.2. Identificación de los componentes de exportación No Tradicional más relevantes**

Para Ecuador, el intercambio comercial en el mercado internacional es de vital importancia, no sólo a consecuencia de su reducido mercado interno y su nivel de desarrollo económico en cierta medida lento, sino porque las mismas contribuyen tanto a la cohesión de un caudal suficiente de divisas provenientes del exterior, como al desarrollo eficiente del Producto Interno Bruto. En este sentido y como se expone en párrafos anteriores, la dependencia en la explotación y comercialización de productos primarios básicos es insuficiente, más aún si se trata de productos no renovables o con poco o nulo valor agregado. La industrialización y la exportación de valores no tradicionales se vuelven entonces cada vez más significativas con el propósito de impactar en regiones y mercados nuevos o nacientes, formando de esta forma nuevos polos de desarrollo que contribuyan en la posteridad.

Bajo este contexto, la identificación de nuevos productos de exportación se considera clave para un desarrollo eficiente y crecimiento económico adecuado de la matriz de exportaciones ecuatoriana. No obstante, este proceso implica etapas más profundas que sólo el mero descubrimiento y explotación del potencial de un bien nuevo. Para una correcta identificación de un nuevo producto a exportar más allá de su identificación, este debe ser sometido a la consideración de entre otros factores: a los mercados existentes potenciales con los que se dará el intercambio comercial; las ventajas comparativas o cualitativas del nuevo producto (si es que este las tiene); la capacidad existente de producción interna; si el potencial exportador con el que cuenta es capaz de producir, comercializar en el mercado interno y luego exportar; si el bien será producido y exportado de forma exclusiva; etc. Sólo bajo estas consideraciones, es posible establecer si la oferta exportable de cierto producto está compuesta por su capacidad ociosa o de excedentes, o si por el contrario, esta se constituye por la demanda de productos requeridos en nuevos mercados.

En líneas posteriores, bajo una metodología de selección cuantitativa y cualitativa, se ponderan a los cuatro productos de exportación no tradicional más relevantes del período 2007-2014, cuyas características son objeto de un análisis en el cual se busca encontrar su aporte y futura relevancia en la economía ecuatoriana.

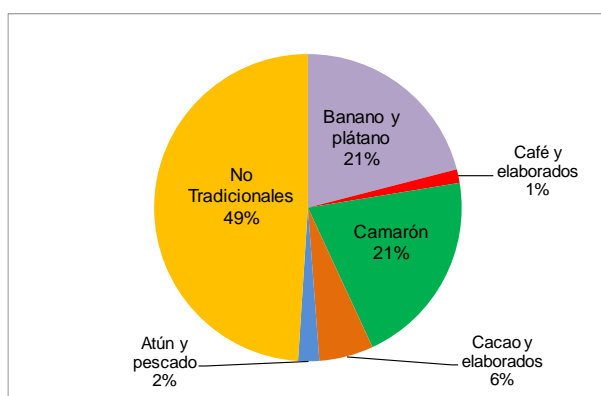
#### **1.2.1. Estudio de la matriz de exportación de bienes No Tradicionales en el período 2007-2014**

El papel más relevante del Ecuador en mercados internacionales se constituyó como proveedor de productos primarios para países desarrollados. La concentración de las exportaciones ecuatorianas en el petróleo y sus derivados y otros productos tradicionales ocasionaron un grado menos relevante de explotación para otros géneros cuyo potencial exportable es significativo, pero no se aprovecha de manera eficiente debido a necesidades económicas y tecnológicas. Sin embargo, dicho escenario no impidió que durante las últimas dos décadas, el género de exportaciones No Tradicionales presente un acelerado crecimiento, logrando introducir una modificación relevante en la matriz de exportaciones ecuatoriana. Durante los últimos siete años, las exportaciones No Tradicionales sostuvieron una tendencia creciente (con excepción del año 2009) llegando a un promedio del 15% anual. Dentro de los productos No Tradicionales primarios principales se cuentan de manera principal a las Flores, Madera, Productos de la minería, Frutas, Tabaco y Otros. Las mismas consolidaron un crecimiento promedio constante del 10%. Por otro lado, los Productos No Tradicionales Industrializados destacan los Enlatados de Pescado, Extractos Vegetales, Vehículos, Manufacturas de Cuero y Plástico, Extractos de Frutas, Químicos y Fármacos, Harinas de Pescado, Manufacturas de Papel y Cartón, Prendas de Vestir y Otros. Por su parte este conglomerado alcanzó una evolución promedio del 12% anual en las últimas décadas.

Cabe destacar que sólo para el 2014 (Ver Gráfico 12), de acuerdo a datos recogidos por el Ministerio de Comercio Exterior y el Banco Central del Ecuador, los productos No Tradicionales sumaron USD 6.088 millones. Si se toma como ejemplo el contraste de este dato con lo registrado en el año 1990, se evidencia que en 24 años, existió un aumento exponencial significativo de casi 36 veces (USD 181 millones), hecho que también se comprueba a nivel de

volumen exportado, el cual pasó de 222 mil TM a 1.964 mil TM en el mismo período de tiempo. De esta forma, al exponer un período de tiempo más amplio con el fin de apreciar la amplia diferencia que existe, se refleja que en más de 20 años de análisis, las exportaciones No Tradicionales cambiaron de tener una participación modesta en las exportaciones No Petroleras, pasando de un 13% a inicios de la década de los noventa, a ser motor de las mismas en los últimos 15 años, alcanzando un 59% en el 2007 y 49% para el 2014. Dicho relevante incremento se explica en gran medida por la existencia de una mayor variedad tanto de productos como de destinos de exportación para los mismos.

**GRÁFICO 12**  
**PARTICIPACIÓN PRINCIPALES EXPORTACIONES NO PETROLERAS, AÑO 2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

El proceso de producción para este tipo de exportación no convencional, encontró su impulso inicial más relevante en la producción de flores, las cuales canalizaron una parte relevante del apoyo del Estado ecuatoriano con el fin de obtener un inicio rápido y más adelante un impulso sostenido con el desarrollo de empresas, exportaciones en volúmenes y valores progresivos. Este crecimiento, el cual no sólo incluye productos agrícolas, sino que también aceites y grasas, minerales, conservas, textiles, productos y elaborados de la pesca y otros más, fueron de relevante importancia durante la primera década del nuevo milenio. Tantos productos agroindustriales (primarios) como industrializados fueron destacando en la participación del comercio no tradicional, siendo no obstante, de variados grupos y clases. Así, entre 1985 y 1991 destacan productos como el brócoli congelado, las conservas y jugos de frutas (de manera particular de maracuyá), además de las flores las cuales se consolidaban de forma creciente. Para los

años 1991 y 1995 se observa una evolución en la exportación de la piña, melón, las frutillas frescas y congeladas, los espárragos y las yucas (Harari, 2013: 19).

Así, si se analiza también información de la última década, según datos de FEDEXPOR, entre el año 2000 y 2012, las exportaciones No Tradicionales crecieron a una tasa promedio anual del 14%, superior a la de los productos Tradicionales (9,5%). De la misma forma, los destinos de exportación y número de productos exportados aumentaron de forma notable, pasando de 1.593 productos no tradicionales en el año 2000 a 2.993 en el 2012 y de 421 a 873 productos en exportaciones superiores a los USD 100.000. Los principales mercados consolidaron a Estados Unidos, Europa, los países andinos y Venezuela (Harari, 2013: 19). Referente al aporte de cada uno de estos sectores, como se demuestra en la Tabla 4, en el total de Exportaciones No Tradicionales, es notoria cómo la contribución de productos primarios va en aumento desde el 2007, en donde representó un 25,4% y para el 2014 alcanzó casi el 40% de participación. No así los bienes industrializados, los cuales de un aporte del 74,6% en el 2007, pasaron a un 60% en el 2014 (Cevallos, 2012: 40).

**TABLA 4**  
**TOTAL FOB Y PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES PRIMARIAS E INDUSTRIALIZADAS, PERÍODO 2007-2014**

<b>AÑO</b>	<b>TOTAL FOB (MILES DE DÓLARES)</b>		<b>% DE PARTICIPACIÓN AL TOTAL DE EXPORTACIONES NO TRADICIONALES</b>	
	<b>EXPORTACIONES NT PRIMARIAS</b>	<b>EXPORTACIONES NT INDUSTRIALIZADAS</b>	<b>EXPORTACIONES PRIMARIAS</b>	<b>EXPORTACIONES INDUSTRIALIZADAS</b>
<b>2007</b>	901.790	2.643.866	25,4	74,6
<b>2008</b>	969.982	2.976.032	24,6	75,4
<b>2009</b>	916.445	2.495.467	26,9	73,1
<b>2010</b>	1.023.963	3.037.048	24,9	73,9
<b>2011</b>	1.264.223	3.584.332	26,1	73,9
<b>2012</b>	1.564.690	4.011.499	28,1	71,9
<b>2013</b>	1.832.079	3.753.651	32,8	67,2
<b>2014</b>	2.408.506	3.679.547	39,6	60,4

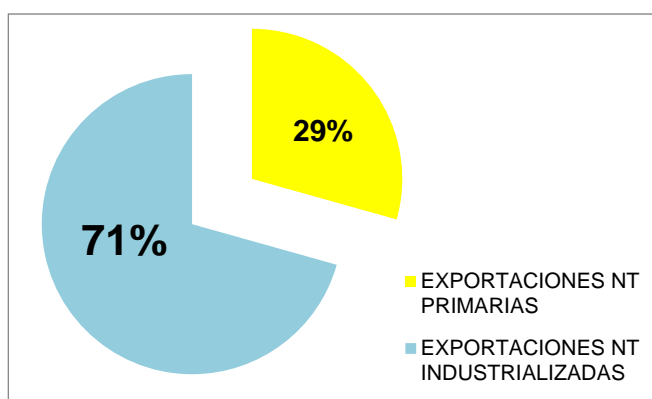
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

No obstante, al contrastar el promedio de porcentaje de participación del período estudiado, se manifiesta que la tendencia mantiene siempre una mayor aportación de los bienes industrializados, los cuales contribuyen con más de la



mitad de productos exportados año a año, lo cual revela que existe una predilección a la demanda de productos con mayor valor agregado por parte del exterior (Cevallos, 2012: 41) (Ver Gráfico 13).

**GRÁFICO 13**  
**PORCENTAJE PROMEDIO DE PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES**  
**NO TRADICIONALES PRIMARIAS E INDUSTRIALIZADAS, PERÍODO 2007-**  
**2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Bajo este contexto, aunque los géneros de mayor crecimiento fueron los que cuentan con al menos un mínimo grado de industrialización (vehículos, aceites, productos de pesca, flores y conservas) ciertos productos agrícolas como las frutas y legumbres también siguieron la misma tendencia. Para el 2013 y 2014 en contraste con períodos anteriores, se evidenció un aumento en productos derivados de aceites vegetales y extractos, mientras que productos primarios de origen agrícola, decrecieron un 22,5% Y 28,3% respectivamente. Bajo estos breves indicadores, a grandes rasgos se evidencia el surgimiento y desarrollo de un nuevo segmento bajo el cual se busca estrategias de exportación más diversificadas, que sin embargo y pese a una tendencia general de progresión, también evidencia variaciones, intermitencias e interrupciones en la directriz de exportación (Harari, 2013: 19).

#### EXPORTACIONES NO TRADICIONALES PRIMARIAS

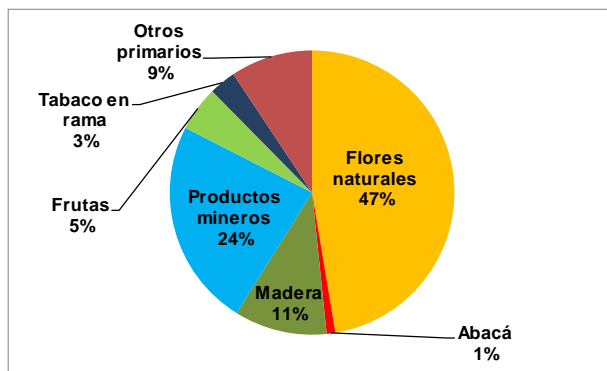
La posición geográfica del país le concede a Ecuador una ventaja comparativa relevante al momento del cultivo de productos agrícolas como el cacao, la madera o el banano, los cuales se producen de manera permanente o estacionaria durante ciertas épocas del año (Cortez & Prieto, 2013: 74). Para

este fin, el Banco Central del Ecuador clasifica a estas exportaciones Primarias No Tradicionales de la siguiente forma:

- Flores Naturales
- Abacá
- Madera
- Productos Mineros
- Frutas
- Tabaco en Rama
- Otras primarias

La participación de dichos productos (como se expone en el Gráfico 14) marca que el mayor aporte proviene del sector de las Flores Naturales, el cual a lo largo de los años evidencia un significativo crecimiento y mayor participación, los cuales viene justificado por su diversa variedad de productos (más de 60 clases) que se cultivan en el país, los rigurosos controles de calidad y el progresivo volumen de exportación a mercados extranjeros (Cortez & Prieto, 2013: 74).

**GRÁFICO 14**  
**PARTICIPACIÓN PROMEDIO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PRIMARIOS NO TRADICIONALES, PERÍODO 2007- 2014**

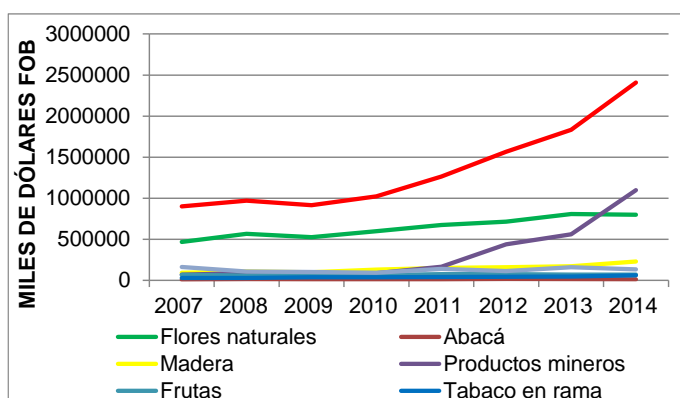


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Así, las Flores representan el grupo con el mayor peso promedio dentro de las exportaciones Primarias No Tradicionales, logrando un promedio del 47% del total general en el período de estudio. A estas la siguen los Productos Mineros con un 24%, las exportaciones de Madera con un 11% en tercer lugar, y por último en proporciones más cerradas los Otros productos primarios, las

Frutas, el Tabaco en Rama y el Abacá con un 5%, 9%, 3% y 1% respectivamente (Cortez & Prieto, 2013: 75-76). Bajo esta coyuntura y según datos del Banco Central del Ecuador, se evidencia que las exportaciones No Tradicionales primarias sumaron USD 10'881.678 millones durante el período 2007-2014, lo que constituye el 29,35% de las ventas externas No Tradicionales, el 15,55% de las No Petroleras y el 6,8% de las exportaciones totales. Como se evidencia en el Gráfico 15, pasaron de USD 901.790 en el 2007 a USD 2'408.506 en el 2014, un aumento cercano al 60% (Quinllín, 2014: 60).

**GRÁFICO 15**  
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS PRIMARIOS NO TRADICIONALES, PERÍODO 2007- 2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Por otro lado, el intercambio comercial de este tipo de productos con el exterior estableció ciertos socios comerciales relevantes. Durante más de una década (2000-2013), Ecuador exportó productos primarios no tradicionales a cerca de 180 destinos y 4 Zonas Francas. Estados Unidos se constituyó como el principal mercado, importando casi la mitad de su totalidad (47,66%) en este período. Otros países que se destacan son Holanda, Rusia, Alemania y Colombia, los cuales demandan este tipo de productos aprovechando así las ventajas comparativas que ofrece Ecuador, con el fin para utilizarlos como materia prima y procesarlos de manera eficaz, ofertándolos luego transformados a un mayor precio (Cortez & Prieto, 2013: 161).

## EXPORTACIONES NO TRADICIONALES INDUSTRIALIZADAS

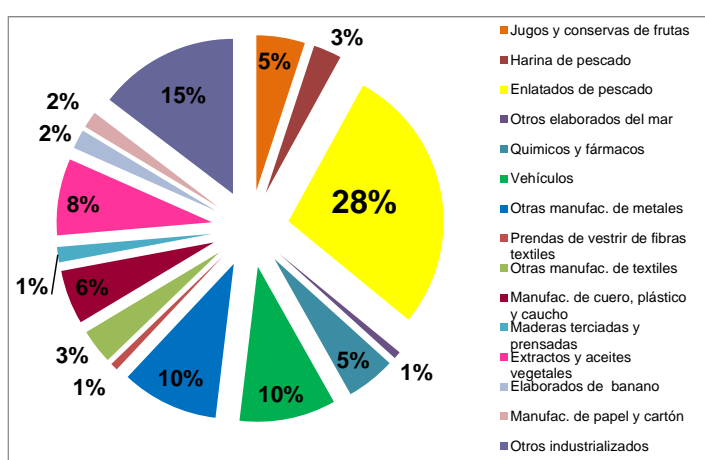
Las más recientes teorías del Crecimiento Económico insisten de manera fundamental en la “innovación” como recurso central para el perfeccionamiento del avance tecnológico, el cual represente una guía que permita entender el alcance de la Investigación y el Desarrollo (I+D) como promotora de las capacidades de producción de los países (Argohty, 2012: 11). Dichos conceptos establecen que es de vital importancia soportar y a la vez optimizar la competitividad de un país, colocándose en segmentos más dinámicos del mercado internacional, los cuales incorporen conocimiento y valor agregado. En la publicación “Ciencia y Tecnología en el Arco del Pacífico Latinoamericano: espacios para innovar y competir” publicado por la CEPAL en 2010, se expone a Ecuador como uno de los países con más acelerada inversión en sectores intensivos, los cuales desarrollan los recursos naturales de mayor relevancia en materia de productividad (Madrid, 2014: 06).

En el contexto ecuatoriano dicho nivel de valor agregado se refleja en las exportaciones No Tradicionales Industrializadas. Las mismas están conformadas por 13 productos principales que son: Jugos y Conservas de Frutas, Harina de Pescado, Enlatados de pescado, Otros elaborados del mar, Químicos y fármacos, Vehículos, Otras manufacturas de metales, Prendas de vestir de fibras textiles, Manufacturas de cuero, plástico y caucho, Maderas prensadas, Extractos y aceites vegetales, Elaborados de banano, Manufacturas de papel y cartón y Otros Industrializados (Betamétrica, 2015: 01). Su comportamiento dentro del comercio exterior ecuatoriano refleja que entre el 2007 y el 2014 su total representó un promedio del 71,41% de las Exportaciones No Tradicionales totales, 35% de las Exportaciones No Petroleras y un 23,07% de las Exportaciones Totales. Su crecimiento durante este período fue de un 39,17% al pasar de USD 2643,9 millones en el 2007 a USD 3679,5 millones en el año 2014.

Dentro de este contexto, el producto más representativo son los Enlatados de pescado, con un 28% de participación promedio en el período 2007-2014 y un crecimiento sostenido del 37,9% hasta el año 2012. De la misma forma como se aprecia en el Gráfico 16, si se desagrega las industrias más relevantes en este campo, sobresale la participación de Otros Industrializados con el 15%, los Vehículos y Químicos y fármacos con el 10%, y

las Manufacturas de cuero, plástico y caucho con un 6%. Además cabe destacar que por su crecimiento constante y participación más y más notable durante años recientes, los productos que agrupan y forman la rama de “alimentos y bebidas” destacan con su aporte. Dentro del consumo interno de este sector manufacturero particular, cerca del 40% del mismo pertenece a la segmentación encargada de la elaboración de pescado, carne, aceites y grasas, como las de mayor importancia (Carrillo, 2009: 04).

**GRÁFICO 16**  
PARTICIPACIÓN PROMEDIO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS NO TRADICIONALES, PERÍODO 2007- 2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

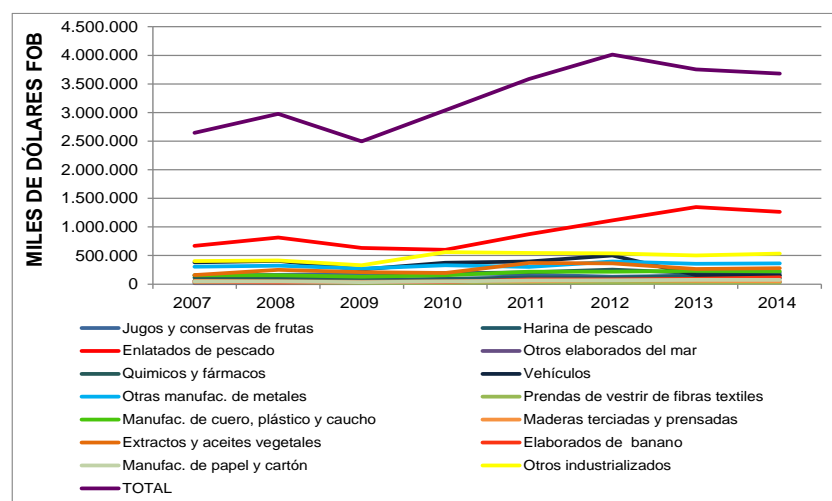
Así, para el período 2007-2014 la exportación de bienes No Tradicionales Industrializados ascendió hasta un total de USD 26.197 millones, multiplicándose cerca al doble de su valor al pasar de USD 2.645 millones en el 2007 a USD 4.013 millones en el 2012, y cerrando con USD 3.681 millones en el 2014. Dichos valores sólo presentaron un decrecimiento en su tendencia para el año 2009, en donde las ventas de principales productos como los enlatados de pescado, las manufacturas de metal, papel, y otras más, menguaron de forma notable a causa de la crisis mundial (Ver Gráfico 17) (Cámara de Industrias de Guayaquil, 2009: 02-03).

Sin embargo, si se considera las cifras de volumen de exportación de dichos bienes, se evidencia que estas tuvieron un incremento exiguo a partir del 2011, pues sus productos más relevantes, como el caso de los enlatados de pescado (pasando de 149 mil TM en 2012 a 189 mil TM en 2014) o las

manufacturas de metal (de 66 mil TM en 2012 a 68 mil TM en 2014), demostraron un crecimiento mínimo de volumen neto exportado, clara evidencia de la casi nula diversificación en este tipo de exportaciones. En otras palabras, la evolución hacia un país con manufactura más diversificada y con valor agregado más relevante empezó a revertirse (Albornoz, 2016: 01).

Bajo esta última consideración, queda en evidencia que en la última década no se comprueba un cambio significativo en la estructura general industrial ecuatoriana, por el contrario este apuntalamiento manifiesta un enfoque hacia sectores con productos cuya obtención no demanda un conocimiento de alto último nivel o tecnología de punta. Aun cuando publicaciones de la CEPAL exponen que la inversión para Investigación y Desarrollo en Ecuador pasó de 0,07% en el año 2000 a un 0,15% en el 2007 y tuvo un aumento hasta el 0,47% del PIB en el año 2012, la manufactura exportadora se concentra en sectores que hacen una explotación intensa de recursos naturales, los cuales requieren de poca manufactura calificada y no generan el mencionado valor agregado o a su vez cadenas productivas (Madrid, 2014: 06).

**GRÁFICO 17**  
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS NO TRADICIONALES, PERÍODO 2007- 2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

### **1.2.2. Tipificación de criterios para la selección de los componentes de exportación No Tradicional más relevantes**

En ocasiones, en la matriz de exportación de una nación aparecen productos con un comportamiento dinámico diferente, o del mismo modo, las ventas externas de algunos ascienden a elevadas tasas, cambiando su importancia dentro de la economía en la que se desenvuelven y llegando incluso a modificar de forma total la estructura de exportación vigente. Estos “agentes externos” fueron denominados “exportaciones No Tradicionales” y hasta la actualidad es cada vez más relevante el papel que desempeñan en varias economías de América Latina, constituyéndose como fuentes de divisas y trabajo, factores que como se manifiesta en líneas previas, son fundamentales para un Crecimiento Económico eficiente y sostenible (Aparicio, 2007: 26-27).

Con este contexto, en la búsqueda para identificar de manera apropiada esta clase de bienes, a lo largo de los años, se buscó proporcionar definiciones que logren tipificar el concepto de “Exportación No Tradicional”. Sin embargo estas presentaron diferencias en términos de interpretación a nivel de cada país o región, pues mientras unas se basan en enfoques prácticos, otras defienden criterios lógicos, los cuales a veces son difíciles de contrastar. No obstante, en la mayoría de los casos existen características comunes que se comparten en un nivel general, como el hecho de estar aplicadas a productos finales que con dificultad admiten nuevos grados de transformación o valor agregado (Kouzmine, 2000: 05). Esto último resulta de particular importancia, pues como se expone en publicaciones realizadas por la Sede Subregional de la CEPAL en México, en América Latina en general así como Centroamérica, México y República Dominicana, se comparte un modelo de exportación de manufacturas basado en las denominadas “ventajas comparativas estáticas” las cuales están relacionadas en especial a la cercanía geográfica (de manera principal con Estados Unidos), las preferencias arancelarias y el bajo costo de la mano de obra. De otro lado, dichos conceptos también coinciden en que las ventas externas y producción de este tipo de bienes (no tradicionales) están ligadas de manera principal con su demanda a nivel mundial y el aprovechamiento de ventajas competitivas, las cuales buscan elevar sus características, forjando y fortaleciendo nuevos nichos en mercados internacionales (Guerrero de Lizardi & Padilla, 2011: 09).

De esta forma, si se establece un análisis en retrospectiva, en publicaciones sobre comercio exterior en América Latina y el Caribe, se evidencia que los términos para referirse a exportaciones No Tradicionales, a comienzos de los años sesenta ya se destacaban en documentos oficiales de instituciones ligadas a Naciones Unidas. En ellos se aludía a la necesidad de aumentar las mismas con el fin de diversificar productos y mercados de exportación en el marco de las políticas de impulso de ventas manufactureras externas. No obstante, dichas publicaciones exhibían un enfoque contradictorio al no brindar una definición clara del término “No Tradicional”, pues de acuerdo a publicaciones del año 1973, se abarcan tanto políticas de promoción para exportaciones manufactureras, como cuadros sobre exportaciones No Tradicionales en los que se menciona a productos de origen primario (como semillas, pescado o arroz) y productos elaborados (cartón, papel, derivados de hierro y aluminio).

De esta manera, se describía a las exportaciones No Tradicionales como productos de exportación elaborados y nuevos, cuyas ventas se acrecentaban de forma relevante. En otras palabras, eran las políticas de comercio exterior de cada país las que definían dichos bienes con la intención de diversificarlos. Así, durante algún tiempo, se forjó en la mente de los investigadores la noción de que en este tipo de exportaciones también se incluyen productos básicos como materias primas o bienes sometidos a tratamientos iniciales, hecho que condujo de manera principal al análisis de rubros minerales, pesqueros, forestales y agroindustriales. Por otro lado, pese a que en gran parte de las publicaciones de esta época, el término “Exportación No Tradicional” no se aludía como si se presumiera conocido por todos, durante los años noventa la CEPAL publicó trabajos que manifiestan ciertas definiciones o especificaciones respecto a la exportación de un bien No Tradicional. Es así que en un informe revelado por su División de Comercio Internacional y Financiamiento para el Desarrollo en el año 1992, se esbozaron algunos criterios y limitaciones para caracterizar de forma elemental un producto primario como No Tradicional (Kouzmine, 2000: 05-08).

En esencia estos criterios detallan que el producto no debe corresponder al grupo de los energéticos; que su exportación represente un fenómeno nuevo para el país productor y que dicho país productor sea capaz de encontrar un mercado nuevo para este rubro; que el producto pueda



aparecer en el mercado fuera de la temporada tradicional; y por último que la exportación del producto brinde cierta importancia a un sector de la economía del país. Es relevante agregar que estos criterios para la CEPAL no se consideran absolutos o rígidos, pues durante el curso del tiempo ciertos productos pueden dejar de considerarse dentro de los No Tradicionales. En esta coyuntura, en la investigación del autor Milton von Hesse (1994) enfocado en el informe publicado por la Unidad de Desarrollo Agrícola de la CEPAL en 1993 sobre exportaciones agrícolas, se definió a los productos No Tradicionales como complemento de los Tradicionales, pues de acuerdo a sus consideraciones, se presta mayor atención a los productos agrícolas que satisfacen ciertos criterios cualitativos asociados a la dinámica mundial de los mismos, como a las características de su oferta.

Bajo otra perspectiva, con Alberto Gabriele (1997) se señaló un uso más práctico de codificación que se basa en la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI), un criterio uniforme y en cierta medida simple. Aquí, las exportaciones Tradicionales comprenden productos sin procesar como el cacao, el tabaco, el cuero, algodón o azúcar (etc.), y se establece que todos los demás bienes corresponden a exportaciones No Tradicionales, las cuales pueden ser subdivididas en “capital humano” e “intensivas en tecnología”. Estas últimas abarcan productos avanzados y modernos, los cuales son capaces de insertarse en segmentos de mercado que tienden a crecer de forma más vertiginosa (Kouzmine, 2000: 09).

Así, se evidencia que los términos para las exportaciones No Tradicionales pueden estar basados tanto en enfoques prácticos (reglamentación y criterios de algunos países como en las pautas de Gabriele) como en criterios lógicos (publicaciones de la CEPAL durante los años noventa). No obstante ninguno de estos enfoques se consideran precisos, prácticos o de aplicación universal, pues en ningún de ellos se establece con exactitud aspectos como en qué plazo un bien de exportación deja de ser No Tradicional y se convierte en Tradicional. Bajo estas consideraciones se pone en observación que cada investigación sobre este tipo de productos debe establecer un conjunto de criterios claros y expresivos para analizar su comportamiento (Kouzmine, 2000: 10). De esta forma, bajo las consideraciones de la CEPAL, dicha tarea exige al menos tres criterios:

- i) *elegir uno o más productos cuya dinámica de exportación incide o incidía en la estructura de las ventas externas de un país*
- ii) *determinar el período de mayor dinamismo de esas exportaciones en algún país, después del cual ya se vuelven tradicionales;*
- iii) *enfocar y analizar dichas ventas externas en uno o más países, por separado, en el curso de ese período y hasta el momento actual, con énfasis en su importancia cuantitativa en las exportaciones totales.*

No obstante, evaluar los beneficios e insuficiencias de criterios implantados a través del tiempo y expuestos en párrafos anteriores (y considerando que existen prioridades que deben ser atendidas en materia de desarrollo social y Crecimiento Económico en el país) se cree es una tarea que rebasa el contenido del presente Trabajo de Investigación. Se considera pertinente sin embargo, exponer al menos dos criterios estilizados, ligados al desempeño del sector exportador ecuatoriano, y que servirán de base fundamental para la selección y posterior análisis de los productos No Tradicionales más relevantes en el período 2007-2014 (Guerrero de Lizardi & Padilla, 2011: 12).

El primero de estos criterios está ligado al valor promedio de exportación FOB que un determinado producto registra en un período específico. Así, la relevancia de este concepto radica en la concepción que la importancia de entrada de divisas tiene en el marco del comercio internacional del Ecuador. Bajo esta idea, se ratifica que el mismo es una herramienta clave en el comercio entre regiones, impulsando la economía en donde las divisas en un mercado interno son de significativa importancia pues a través de ellas se constituye una parte fundamental del PIB ecuatoriano, así como el valor proveniente por concepto de exportaciones, producto de la comercialización de bienes y servicios las cuales luego son contabilizados en la Balanza Comercial ecuatoriana. De esta forma, la entrada de divisas se constituye como un puntal que proporciona instrumentos y mecanismos que contribuyen al desarrollo económico de todos los sectores productivos de la nación. Además a través de la contabilización de sus valores en exportaciones mide (sumados a otros factores) el Crecimiento Económico ecuatoriano y cuan progresivo este se presenta a través del tiempo, siendo una base de gran importancia para el estudio de una economía real y financiera (Lander & Hernández, 2014: 01).

El segundo criterio que se utilizará en el contexto de selección de las exportaciones ecuatorianas No Tradicionales más relevantes durante el

período 2007-2014, se apoya en la búsqueda de la Tasa de Crecimiento Anual que cada sub partida de exportación presentó en un período determinado. A través de la misma, la cual se deriva de la fórmula de progresión geométrica “Compound annual growth rate” o CAGR, se mide la tasa de rendimiento de un producto entre dos años, y su valor arroja el ritmo de crecimiento o decrecimiento de las exportaciones en el mismo período. Al aplicarlo en un análisis año a año en un lapso notable de tiempo (como en los siete años de esta Investigación), se reduce los efectos en años de alta volatilidad, otorgando así un valor más certero sobre cuál es el crecimiento (o decrecimiento) real de un producto de exportación (Yura, 2011: 01). Su fórmula está dada de la siguiente manera:  $CA = ((Valor\ Final\ X) / (Valor\ Inicial\ X)) - 1$ .

Bajo los conceptos establecidos de manera previa, se seleccionarán a las sub partidas arancelarias No Tradicionales primarias o industrializadas más relevantes durante el período 2007-2014. En un contexto de equidad en el que se busca conocer a los bienes más destacados bajo estas consideraciones, se distinguirá a dos (2) productos bajo cada criterio de selección, los cuales en serán analizados en párrafos posteriores, con el objetivo de conocer si son capaces de contribuir con la estructura exportadora del país y contribuir a un Crecimiento Económico sostenible, real y dinámico.

### **1.2.3. Selección de Productos No Tradicionales sujetos a estudio**

Bajo el fundamento de información que se expone en el sub capítulo anterior, se realizará una descripción metodológica del proceso que, basados en los conceptos del “Valor Promedio de Exportación FOB” y la “Tasa de Crecimiento Anual”, determinarán cuales son los productos de exportación No Tradicional más relevantes del período 2007-2014. Se considera relevante señalar que los productos seleccionados además deberán cumplir todas las consideraciones que tanto autores, como por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe expone y sugiere para la consideración de un producto No Tradicional. De esta forma se garantiza el escogimiento de sólo las sub partidas más relevantes tanto de forma cuantitativa como cualitativa.

## SELECCIÓN DE PRODUCTOS BASADOS EN SU VALOR PROMEDIO DE EXPORTACIÓN DURANTE EL PERÍODO 2007-2014

Para este punto de selección se utiliza la siguiente metodología:

1. En primer lugar se obtuvo el valor promedio de exportación FOB entre los años 2007 y 2014 de todas las “Sub partidas” de cada uno de los noventa y ocho (98) “Capítulos” registrados en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías<sup>1</sup>, esto se realizó a través de un sencillo cálculo de promedio de valores, reconociendo a continuación, el valor promedio más alto en cada caso, obteniendo así 98 sub partidas para su estudio.
2. A continuación, se agrupó a las 98 sub partidas registradas de manera previa (las de mayor valor de exportación FOB) con el fin de ordenarlas en forma ascendente. Esto se realizó con el objetivo de determinar las cinco (5) sub partidas de mayor valor promedio de exportación durante el período analizado. En este punto se excluyó al Capítulo correspondiente a las exportaciones petroleras al no ser objeto de estudio de este Trabajo de Investigación. Para un análisis más profundo de todas las sub partidas agrupadas referirse al Anexo 1.
3. Por último se obtuvo la Descripción Arancelaria de cada sub partida seleccionada (basado en su código) con el fin de analizar y contrastar su clasificación exportable en armonía con el Matricero de Productos Tradicionales y No Tradicionales del Ecuador y determinar la misma.
4. Por último como se muestra en la Tabla 5, se seleccionaron a los dos productos sobresalientes bajo ambos criterios, tanto en el registro del valor promedio FOB de exportación, como de su condición de No Tradicionales. Como resultado se obtuvo que al eliminar las sub partidas “0803901100: Bananos tipo Canvedish” y “0306179900: Los demás camarones de río” por su categorización en las exportaciones Tradicionales, las dos sub partidas y en consecuencia dos primeros productos que se analizarán en párrafos posteriores por su valor promedio de exportación más significativo son la “1604141000: Atunes (en conserva)” y la “0603110000: Rosas”. Productos

---

<sup>1</sup> Se considera necesario el señalar que dicho proceso fue posible gracias a la versatilidad de la Matriz de Registro de Exportaciones proporcionada por el Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador de forma exclusiva para la realización de este Trabajo de Investigación.

además que se clasifican como Industrializados y Primarios respectivamente. Se cree necesario resaltar que ambos bienes cumplen varios de los criterios de la tipificación de un producto No Tradicional, siendo de alto dinamismo por su aporte a la Balanza Comercial ecuatoriana debido a sus altos registros de exportación, lo que permite una entrada relevante de divisas desde el mercado internacional, y cuyos valores resaltan en importancia dentro de la estructura cuantitativa de las exportaciones totales ecuatorianas.

**TABLA 5**  
**PRODUCTOS NO TRADICIONALES MÁS RELEVANTES BASADOS EN SU VALOR PROMEDIO DE EXPORTACIÓN. MILLONES DE DÓLARES FOB. PERÍODO 2007- 2014**

CAP/COD	VALOR PROMEDIO-PERÍODO 2007-2014	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	CLASIFICACIÓN EXPORTABLE
803901100	1.568.550	Tipo "cavendish valery" (BANANO)	TRADICIONAL
306179900	731.271	LOS DEMÁS (CAMARONES DE RIO)	TRADICIONAL
1604141000	617.256	ATUNES (CONSERVAS)	NO TRADICIONAL
603110000	463.788	ROSAS	NO TRADICIONAL
1801001900	365.774	LOS DEMÁS (CACAO)	TRADICIONAL
7108120000	220.846	LAS DEMÁS FORMAS DE PERLAS EN BRUTO	NO TRADICIONAL
1511100000	147.786	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	NO TRADICIONAL

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior, Banco Central del Ecuador, SENAE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

#### SELECCIÓN DE PRODUCTOS (2) BASADOS EN SU CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DURANTE EL PERÍODO 2007-2014

Bajo este criterio se aplica la siguiente metodología de selección (para un mejor entendimiento de la misma referirse al Anexo 2):

1. En primera instancia, se agrupó de nueva cuenta a todas las sub partidas de exportación de los 98 Capítulos registrados en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, esto con el fin de filtrar y eliminar todas las sub partidas que por su condición de clasificación, no sean relevantes para los objetivos de esta Investigación. Así, en primer lugar se eliminó a todas las sub partidas correspondientes al Capítulo correspondiente a productos petroleros y derivados del petróleo.
2. A continuación, se registraron todos los valores de exportación FOB de todas y cada una de las sub partidas No Petroleras restantes entre los años 2007 y 2014, con el fin de utilizar dichos valores en el cálculo del Crecimiento Anual de cada una. Así, bajo la fórmula descrita de manera previa ( $CA = ((\text{Valor}$

Final X)/ (Valor Inicial X))- 1), se consiguió el valor de crecimiento año a año de todos las sub partidas analizadas, desde el período 2007/2008 hasta el 2014/2015. Este último año se incluye con la intención de poder aplicar dicho concepto también para el año 2014.

3. Como tercer paso, con el fin de conocer si durante el período 2007-2014, el comportamiento de cada sub partida No Petrolera analizada mostró un valores positivos (crecimiento) o negativos (decrecimiento), mediante un simple cálculo de promedios, se promedió todos los crecimientos anuales de todas y cada una de las sub partidas No Petroleras, obteniendo así un nuevo valor correspondiente al “Promedio del Crecimiento Anual”

4. De esta forma, al contar con todos los valores, positivos y negativos, de este Promedio del Crecimiento Anual, se realizó una nueva eliminación de sub partidas no relevantes. En primera estancia se filtró a todas las sub partidas que bajo el ya mencionado Crecimiento Anual Promedio, mostraron valores porcentuales negativos, es decir las cuales durante el análisis año a año del período 2007-2014 siempre reflejaron un decrecimiento, resultando en consecuencia en una cifra porcentual promedio negativa, bajo la cual se implica que en lugar de mostrar un desarrollo o crecimiento en sus valores de exportación, estos se fueron degenerando o decreciendo, concepto opuesto al objetivo que se persigue en esta investigación.

5. En adición al filtro expuesto en el párrafo anterior, se examinó que aunque es necesario eliminar a todas las sub partidas con un Crecimiento Anual Promedio negativo o decrecimiento, los valores porcentuales elevados tampoco representan un fiel reflejo de un crecimiento del valor de exportación real, pues los mismos pueden ser influenciados de forma significativa por períodos específicos de volatilidad en el valor de sus exportaciones. En este sentido, y con el fin de conocer la tendencia central del Crecimiento Anual Promedio, se recurrió al concepto de la “Desviación Típica” o “Desviación Estándar”, medida de dispersión que permite conocer la variación con respecto a la media aritmética, accediendo así a eliminar valores fuera de rango que podrían conducir a un error de selección. Bajo este contexto, utilizando el Total General en cada año entre el 2007 y el 2014 de los valores de exportación de las sub partidas restantes, y el Crecimiento Anual de dichos totales generales, se analizó que la Desviación Estándar para las sub partidas estudiadas es del

14%. Este porcentaje, sumado al Crecimiento Anual Promedio entre el 2007 y 2014 del Total General de todas las sub partidas examinadas (9,1%) dan como resultado un 23,3%. De esta forma, este porcentaje obtenido será la referencia de crecimiento real para las sub partidas restantes, es decir, sólo se buscará entre las sub partidas en las que se muestre un crecimiento entre el 1% y el 23%.

6. Al aplicar el filtro de Desviación Estándar que se menciona en el párrafo anterior, se procedió a eliminar todas las sub partidas que superan el 23% de Crecimiento Anual Promedio, obteniendo así el espectro de sub partidas finales de entre las cuales se seleccionará a las dos más influyentes para su estudio.

7. Una vez que se cuenta con el universo de sub partidas de crecimiento real durante el período 2007-2014, se cree necesario conocer cuál es la verdadera ponderación de su crecimiento dentro del total de su valor de exportación FOB. Para este fin se siguen dos pasos simples: en primer lugar se realizó una suma de valores totales de exportación FOB de cada uno de los años entre el 2007 y 2014, para cada una de las sub partidas, esto con el fin de en una segunda instancia, dividirlos para su Total General y de esta forma obtener la participación o aporte real de cada sub partida en el total general.

8. Por último, en pos de obtener la ponderación de cada una de las sub partidas restantes en su global total, bajo un simple cálculo se multiplicó el porcentaje del Crecimiento Anual Promedio con el de la Participación de cada sub partida en el valor total de exportaciones, obtenidos en pasos previos, resultando por último en el porcentaje de ponderación real que cada sub partida tiene en el panorama general de esta matriz de selección.

Así, después de todos los filtros, eliminaciones y cálculos realizados en busca de las sub partidas ponderadas y de crecimiento anual promedio más relevante durante el período 2007-2014 se obtiene que la sub partida “160414: Atunes (en conserva) con una ponderación sobre el total del 5,041% es la de mayor relevancia en este estudio. No obstante al haber sido ya objeto de selección bajo el primer criterio que se presentó de manera previa es descartada. De esta forma se selecciona a la segunda sub partida de mayor peso en ponderación y crecimiento anual promedio, la resultante es la sub partida “151110: Aceite de palma en bruto”, la cual aunque apareció bajo el

criterio anterior, no se eligió por el limitante impuesto al solo seleccionar dos sub partidas por pauta aplicada. Así, al cumplir con todos los requerimientos de selección que se persiguen y ser la sub partida de mayor ponderación y crecimiento anual después del Atún en conserva (ya seleccionado), se convertirá en el tercer producto sujeto de análisis en este Trabajo de Investigación.

Por último, en la búsqueda de la segunda sub partida de selección para su estudio bajo este criterio, en primera estancia se descartó a la sub partida “87042: Vehículos automóviles para transporte de carga”, la cual aun cuando se clasifica como un producto No Tradicional, al no ser de manufactura o producción propia del país, si no que sus valores de exportación están basados en la importación de partes separadas para su posterior ensamblaje y reenvío, no cumplen con la naturaleza dinámica de un producto No Tradicional explicada en párrafos anteriores, y por lo tanto se descarta. Así, se recurre al cuarto producto de mayor ponderación y crecimiento anual promedio. Con un porcentaje ponderado de 0,515% se destaca la sub partida “230120: Harina de pescado”, la misma cumple con todos los estándares antes establecidos, al mostrar una dinámica significativa en términos de crecimiento, ser de manufactura propia (puesto que es fabricada de forma total en el país), y estar clasificada como un Producto No Tradicional Industrializado, convirtiéndose de esta forma en el cuarto y último producto que será sujeto de estudio en este trabajo de investigación. En la Tabla 6 se realiza un resumen de los cuatro productos seleccionados, en conjunto con su código y descripción arancelaria.

**TABLA 6**  
**DESCRIPCIÓN Y CODIFICACIÓN ARANCELARIA DE PRODUCTOS**  
**SUJETOS A ESTUDIO**

<b>CAP/COD</b>	<b>DESCRIPCIÓN ARANCELARIA</b>	<b>CLASIFICACIÓN EXPORTABLE</b>
<b>1604141000</b>	ATUNES (CONSERVAS)	NO TRADICIONAL
<b>0603110000</b>	ROSAS	NO TRADICIONAL
<b>1511100000</b>	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	NO TRADICIONAL
<b>2301201000</b>	HARINA DE PESCADO	NO TRADICIONAL

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez



### **1.3. Perfil de los productos seleccionados**

Como lo detallan Hausmann y Klinger en su estudio “The structure of the product space and the evolution of comparative advantage” (2007), la generación de un nuevo producto exportable, beneficia no sólo al sector que lo produce, si no también crea ramificaciones favorables hacia otras industrias. Así, de acuerdo a estas argumentaciones, se establece que es de vital importancia comprender que a través del estudio para la manufactura y exportación de un nuevo producto, también se obtiene información en detalle acerca de la demanda potencial de nuevos mercados internacionales, sus requerimientos, gustos, preferencias, entre otros datos necesarios para el desarrollo íntegro del potencial exportable, no sólo del bien en cuestión, sino de muchos más productos que pueden ser aprovechados en un futuro próximo. En este sentido, se considera necesario el involucrar la exploración de una serie de factores y hechos determinantes para estar al tanto del posible éxito de un producto. Es de esta forma que en los siguientes párrafos, se busca exponer información relevante acerca de los productos seleccionados en este trabajo de investigación: los antecedentes de su sector, la importancia para la economía ecuatoriana y su comportamiento en el sector exterior.

#### **1.3.1. Perfil del producto seleccionado I: Atún en Conserva**

##### **EL SECTOR**

Ecuador cuenta con recursos ictiológicos los cuales son notables y en gran medida variados debido al efecto de las corrientes marinas que circulan en sus costas, las cuales operan como agentes reguladores de condiciones ecológicas de las zonas cercanas a la región costera. Gracias a esto el país cuenta con una riqueza pesquera valiosa, que abarca diferentes especies con un alto valor comercial, en especial túnidos y sardinas. Por el lado del subsector de procesamiento, sobresale la actividad conservera, centrada en la elaboración de conservas de sardinas, caballas, anchoas, y atún (siendo este último el producto ecuatoriano conservero de principal envío), bajo lo cual la exportación de productos frescos de mar y productos elaborados representaron en promedio relevante del valor de las exportaciones totales ecuatorianas en los últimos 15 años, tratándose de un sector en extremo productivo y de gran importancia para la economía del país (Oleas, 2011: 03-04).

De esta forma, la manufactura pesquera ecuatoriana y dentro de ella la industria del atún, constituye una de las más dinámicas en el país, contribuyendo de forma decisiva a la Balanza Comercial ecuatoriana a la cual aporta un promedio significativo del comercio total de mercancías, sólo superada por el petróleo y el banano (Ochoa, 2015: 08). Es así que el atún en conserva se presenta como un producto de consumo transversal en los diferentes sectores socios económicos, su amplia variedad de precios, tamaños y presentaciones lo hace asequible a varios presupuestos, puesto que su costo relativo con el pasar de los años, disminuyó en comparación a otros productos enlatados como las sardinas o el jurel, los cuales se mostraban más populares a través de los años (PROECUADOR Oficina Comercial del Ecuador en Santiago de Chile, 2012: 01).

En el mismo contexto, de acuerdo con datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), del tonelaje total extraído del Pacífico este, Ecuador pesca cerca del 23%, constituyéndolo junto con México como el país atunero más relevante de la zona (Ochoa, 2015: 09). Así, pese a que este producto representa de forma específica una parte menor en la pesca mundial total (5%), debido a su relevante consumo compone más del 10% en el valor de intercambio internacional. Tanto las zonas de pesca como las especies de captura son variadas, siendo el atún barrilete, el de aleta amarilla y el patudo los más destacados. Es relevante indicar que dentro del sector pesquero ecuatoriano, son cuatro las sub-partidas que se destacan y concentran cerca del 80% de las exportaciones de este tipo: Los “atunes en conserva” (1604.14.10) con un 54%, “Las demás preparaciones y conservas de pescado” (1604.20.00) con el 14%, la “Harina de pescado contenido de grasa >2% en peso” (2301.20.11) con un 7% y los “Demás filetes congelados no contemplados en otra parte” (0304.29.90.90) con el 4% (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR, 2013: 09). Para el caso específico del “Atún en conserva”, en la Tabla 7 se describe el código arancelario en Ecuador (NANDINA) y la clasificación específica a la que pertenece este primer producto de estudio (PROECUADOR Oficina Comercial del Ecuador en Francia, 2012: 03).

TABLA 7  
DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DEL ATÚN EN CONSERVA

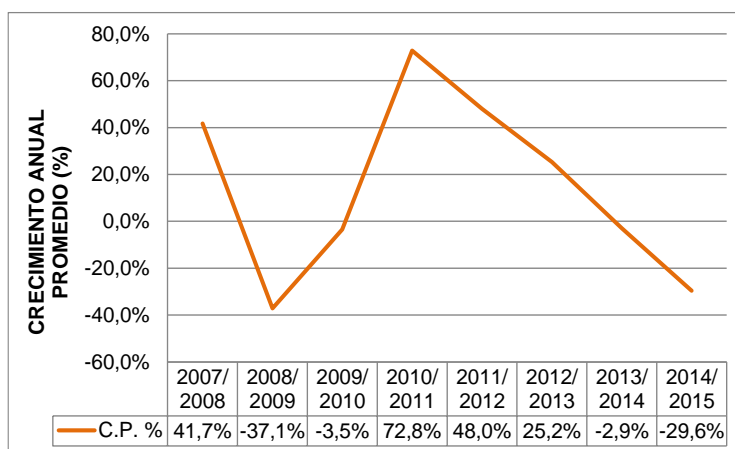
<b>CÓDIGO NANDINA DE ATÚN EN CONSERVA EN ECUADOR</b>	
<b>Capítulo 16</b>	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS, BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÓLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SECEDÁNEOS DEL TABACO ELABORADOS
<b>Partida Sistema Armonizado 1604:</b>	Atunes, listados y bonitos ( <i>Sarda spp.</i> )
<b>Subpartida Sistema Armonizado 1604141000:</b>	ATUNES

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Durante años recientes, la industria ecuatoriana de conservas de atún se afianzó en el mercado internacional, convirtiéndose en uno de sus más relevantes proveedores mundiales, entregando diferentes marcas y productos que compiten con grandes firmas de la industria. Este auge y creciente afirmación en nuevos destinos se debe en gran medida a la innovación, calidad, cuidado y aprovechamiento de recursos utilizados para el procesamiento del atún vivo y su posterior comercialización. Así, Ecuador se ubica como el segundo proveedor mundial, sólo detrás de Tailandia y por encima de países como China, España, o Filipinas (Revista El Agro, 2014: 01). Este hecho se evidencia a nivel general y específico, pues los índices de crecimiento promedio anual en este sector son en su mayoría positivos. Sólo en el caso de las exportaciones de harina de pescado y filetes congelados estas presentaron tasas de crecimiento anual de 14,52% y 14,37% respectivamente durante el período 2008-2012 (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR, 2013: 09). En el caso específico de los Atunes, este incremento es aún más significativo (como se aprecia en el Gráfico 18) en donde se evidencia un incremento de hasta el 70% de un año a otro y, aunque existe un decrecimiento en desde el año 2010, el balance general es positivo, con un promedio de crecimiento del 14,3% en el período 2007-2014.

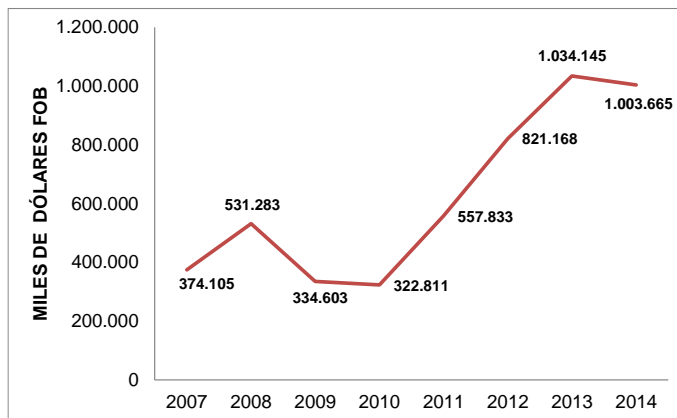
**GRÁFICO 18**  
**CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE LA SUB-PARTIDA 1604141000**  
**“ATÚN EN CONSERVA”. PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

En términos generales, de acuerdo a estadísticas del Centro de Comercio Internacional (CCI), la exportación mundial de atún para el año 2013 registró un valor de USD 8.123 millones de dólares, de los cuales USD 2.650 fueron contribución de Tailandia y USD 1.034 millones la industria ecuatoriana, cifra que decreció en 2104 hasta los USD 1.003 millones. Sin embargo, en un contexto global, las cifras de exportación del país para este rubro fueron en aumento, incluso en el año 2009, cuando sus ventas presentaron una caída a razón de la crisis mundial, la que ocasionó poca demanda internacional y precios bajos. No obstante, como se muestra en el Gráfico 19, las ventas al exterior desde el año 2009 no perdieron fuerza, conservando a los Atunes como el producto estrella del sector pesquero y concentrando cerca del 85% de toda su actividad (Revista El Agro, 2014: 01).

**GRÁFICO 19**  
**EXPORTACIONES TOTALES FOB, SUB-PARTIDA 1604141000 “ATÚN EN CONSERVA”. PERÍODO 2007-2014**

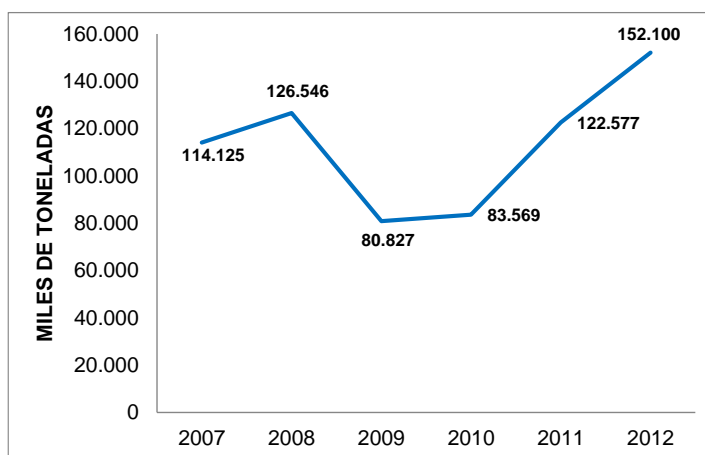


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## MERCADOS DE DESTINO

Con relación a los mercados de destino, de acuerdo a registros del año 2013, Ecuador exporta este producto a 40 países, de los cuales 11 lo ubican como el primer producto de demanda en su sector exterior con Venezuela, Brasil y Colombia encabezando la lista. Aunque entre 2004 y 2007, el atún en conserva tenía como destino principal los Estados Unidos, para el año 2008 esta realidad cambió, estableciendo a España y Venezuela como principales destinos de envío. No obstante, mercados como Estados Unidos, Holanda, Colombia y Alemania siguen siendo de particular importancia, puesto que se cuentan entre los destinos que consideran a este producto como el segundo producto de consumo que más se demanda. El constante incremento de dichas ventas también se evidencia reflejado en el volumen de producto exportado, pasando de 80.000 TM en el 2009 a cerca de 152.000 TM en el 2012 (Ver Gráfico 20). Cabe destacar que esta industria tiene una capacidad de procesamiento instalada en tierra de 450 mil toneladas para todos los productos derivados de la pesca (Revista El Agro, 2014: 01).

**GRÁFICO 20**  
**VOLUMEN DE EXPORTACION, SUB-PARTIDA 1604141000 “ATÚN EN CONSERVA”. PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Lo expuesto de manera previa evidencia que la exportación del atún en conserva (“Atunes”) ganó fuerza en el período analizado, incrementando sus ventas en valor y volumen, así como cambiando la estructura del mercado de destino. Este avance permite consolidar a Ecuador como principal proveedor de atún preparado de mercados claves y estableciendo una diversificación en sus compradores mundiales. Factores como el fácil acceso a materia prima (pesca viva) y condiciones como economías de escala que permiten dinamizar la producción a bajos costos, consolida a la industria conservera de atún como una de las más relevantes del país, destacándola como un eje clave a profundizar para futuros estudios (Quirola, 2011: 92).

### **1.3.2. Perfil del producto seleccionado II: Rosas**

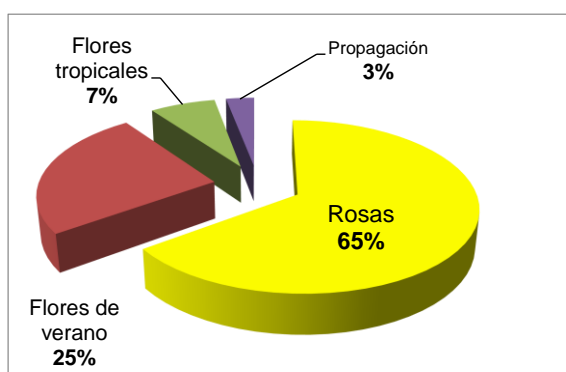
#### **EL SECTOR**

A través de los años, los productos agrícolas ecuatorianos de exportación se desarrollaron bajo un modelo que aprovecha sus ventajas naturales y absolutas frente a otros bienes exportables. Uno de los ejemplos más significativos de este hecho está en el sector florícola, el cual manifestó un crecimiento acelerado desde la década de los años ochenta, consiguiendo constituirse durante varios años consecutivos como uno de los rubros de exportación más sustanciales para la economía ecuatoriana (Naranjo & Burgos,

2010: 03). A partir de la firma de la ley de Preferencias Arancelaria Andina en los Estados Unidos en 1994, la superficie cultivada por hectárea se expandió en cuantiosa medida. En este proceso la producción de flores se dinamizó hasta fortalecer un sector que hace apenas 15 años atrás era incipiente y de poca inversión, pero que sin embargo en la actualidad se establece como uno de los más eficientes en el abanico exportador ecuatoriano, y cuenta con productos estrella dentro de la oferta de los No Tradicionales (SENACYT-MAGAP, 2010: 07). A esto se debe agregar que el país es un productor neto de flores, demostrándolo así la balanza comercial de este sector, en donde el promedio de las importaciones de flores en los últimos diez años no supera el 2% (Harari, 2011: 07).

En esta perspectiva, y aun cuando se cuenta al sector florícola como uno de los más representativos para el país (con una tasa de crecimiento de cerca del 11% en valores económicos y 4% en tonelaje total), existe un grupo de productos que se destaca por su relevancia dentro del sector debido a su relevante acogida en mercados externos: los claveles, las rosas, los crisantemos y las flores de verano, tropicales, y las denominadas “de propagación” que en principio se mostraron como las primeras flores sembradas para exportación, llegaron a arraigar en una porción relevante de la demanda internacional, generando la parte más substancial en este sector de ventas en el intercambio comercial del país (Ver Gráfico 21). No obstante, el rubro de las denominadas “Rosas”, cuya descripción arancelaria se aprecia en la Tabla 8, destaca por encima de este grupo, con cifras cercanas al 60% del total de exportaciones de la industria (Sandoval, 2011: 16).

**GRÁFICO 21**  
**PRODUCCIÓN POR TIPO DE FLOR (PARTICIPACIÓN %), AÑO 2012**



Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**TABLA 8**  
**DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DE LAS “ROSAS”**

CÓDIGO ARANCELARIO	DESCRIPCIÓN
<b>PARTIDA</b>	
<b>06.03</b>	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma
<b>SUBPARTIDA</b>	
<b>06.03.11.00.00</b>	ROSAS

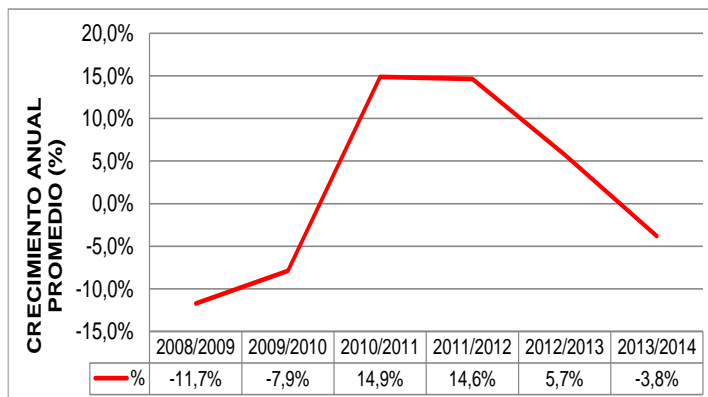
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Ecuador es uno de los países con mayor diversidad de flores de exportación. Entre estas la Rosa, la cual cuenta con más de 300 variedades entre las que se cuentan las rosas rojas y de colores. Para la oferta hacia mercados extranjeros, existen más de 60 variedades las cuales son comercializadas cada año. Entre estas se cuentan todas las variedades de la rosa roja como la “First Red”, “Mahalia”, “Classi”, “Dallas”, “Royal Velvet”, entre otras. Además se cuenta con otras variedades de rosas amarillas y de variados tonos intermedios que también son comercializadas. Como se menciona en líneas anteriores, este tipo de flores de corte representan la parte más sustancial de la torta de exportación en el sector florícola. Así, y pese a que en ciertos años su participación en las exportaciones florícolas se vio reducida, desde el año 2008, las rosas permanecen como líderes en el mercado floricultor ecuatoriano. Sus valores en dólares, como se muestra en el Gráfico 22, tuvieron un crecimiento promedio positivo del 1,90% anual en el período 2008-2014, pero logrando picos de crecimiento de hasta el 15% y 6% (2011-2013), esto en especial apuntalado por el notable aumento de exportaciones a Estados Unidos (+16%) y el 8,4% registrado en los envíos a Europa durante el 2013 y 2014 (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR, 2013: 09).



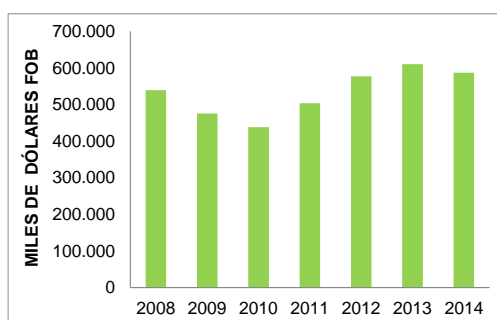
**GRÁFICO 22**  
**CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE LA SUB-PARTIDA 0603110000**  
**“ROSAS”. PERÍODO 2008-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Además en el mismo contexto de acuerdo a datos de PRO ECUADOR (2014), se expone que del 99% de flores frescas exportadas al mundo, la Rosas llevan el liderato, con una variación del 6% en sus ventas externas en el periodo 2008-2014. De esta forma, pasaron de exportar USD 539.143 millones en el 2008 a USD 587.209 millones en el 2014. Su punto más alto, se encontró en el año 2013, en donde su valor ascendió hasta los USD 610.459 millones (Ver Gráfico 23). Así, la tendencia de exportación en valores FOB en general se muestra creciente. Se destaca que una parte clave de este incremento es el factor calidad (tallos gruesos, botones vivos y larga duración) que existe en la producción de esta industria para la oferta para en el exterior, elemento que se forja aprovechando condiciones geográficas únicas de las rosas ecuatorianas, provocando así un alto prestigio y en consecuencia alta demanda.

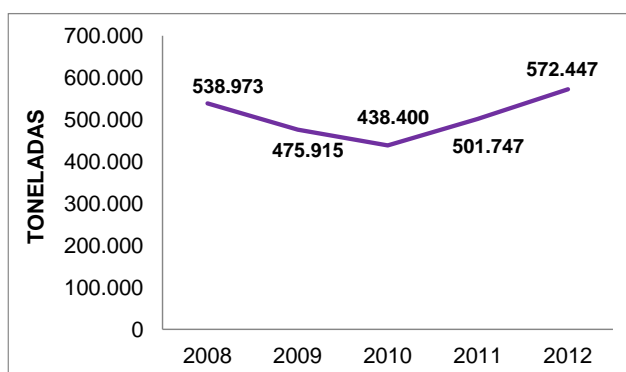
**GRÁFICO 23**  
**EXPORTACIONES TOTALES FOB, SUB-PARTIDA 0603110000 “ROSAS”.**  
**PERÍODO 2008-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Por otro lado, cada temporada marca el comportamiento para el volumen de exportaciones de las Rosas. Así, el mercado extranjero encuentra su mejor momento en los días que preceden a las fiestas de San Valentín, el Día de la Madre y el Día de la Mujer. En un caso específico expuesto por empresa Expoflores, se expone para la fiesta de San Valentín del año 2013, Ecuador logró exportar cerca de 12.000 toneladas de Rosas y para el Día de la Mujer se registró un monto de 4.000 toneladas en total. En el caso específico por regiones, cifras entregadas por PRO Ecuador, muestran que el volumen exportado hacia Estados Unidos creció cerca del 15% en años recientes, al igual que del mercado de la Unión Europea, el cual aumentó en un 8% en el período analizado. De manera puntual, como se aprecia en el Gráfico 24, las exportaciones de Rosas pasaron de 103.530 TM en el 2008 a 572.446 TM en el 2012, una variación del 1,52% durante el período en estudio. Además, del total del volumen florícola exportado, las Rosas cuentan con una participación del 74,70%, dominando de manera amplia la participación total referente a volumen exportable (Acosta & Mejía, 2014: 35-37).

**GRÁFICO 24**  
VOLÚMEN DE EXPORTACION, SUB-PARTIDA 0603110000 "ROSAS".  
PERÍODO 2008-2012



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## MERCADOS DE DESTINO

En el contexto de mercados a los que llega este producto, son cerca de 110 naciones en todo el mundo las cuales son destino de las exportaciones de rosas ecuatorianas. De estos, Estados Unidos se consolidó como el mayor socio comercial para el país, con la importación de cerca del 40% de la producción. A este lo sigue Rusia con el 25%, Holanda con el 10%, Italia y

Canadá con un 5%, y otros destinos variados como Alemania, Chile, Japón con el 20% según datos de PRO ECUADOR. Esta amplia variedad de países permite que este producto se extienda y se dé a conocer a través de diversos eventos y lugares de gran relevancia en el mundo: el “Taller de Capacitación Flores Ecuatorianas y su importancia” en Rusia, los Encuentros de Negocios en Yakarta-Indonesia, el foro ““Wedding Beautiful 2015” en Shanghai, el Vifjhuizen.- Holanda en la Feria IFT del 2014, entre otros, son algunos ejemplos de la relevancia que este producto logró consolidar para el país. No obstante, cabe destacar que pese a las tendencias progresivas, se considera de gran importancia que con el fin de explotar de forma eficiente este producto, el mismo debe ser objeto de estudio a nivel de curvas de comportamiento y patrones de crecimiento de desarrollo, los cuales tengan como objetivo la aplicación de nuevos conceptos que lo conviertan en un modelo inteligente el cual permitan planificar producciones a mayor escala y calidad , para así afrontar épocas de mayor demanda o precios variables (Revista El Agro, 2014: 01).

### **1.3.3. Perfil del producto seleccionado III: Aceite de Palma en bruto**

#### **EL SECTOR**

La palma africana ecuatoriana se transformó en un nuevo protagonista dentro del panorama agrícola ecuatoriano. No sólo por su generación de ingresos y empleo, sino también porque su realidad la avala para consolidarse como uno de los productos de mayor exportación del país para el mundo. Durante años recientes, los diversos derivados obtenidos de la palma fueron alcanzando posicionamiento en los rankings de exportación mundial, ya sea con base de aceites en bruto o refinados. En el 2013, de acuerdo a cifras del Centro de Comercio Internacional (CCI), el Ecuador ocupó el noveno lugar como proveedor mundial de aceite refinado y un sexto lugar en la provisión de aceite en bruto (Revista el Agro, 2013: 01). A nivel de la región, el cultivo de palma africana sitúa al país como el segundo productor de aceite luego de Colombia, en el cual se registran más de 400.000 hectáreas laboradas. No obstante, estos indicadores también muestran el potencial con el que Ecuador cuenta para producir y expandir su mercado, pues la producción colombiana se queda en su mercado interno para utilización propia, convirtiendo a Ecuador

en el primer exportador sudamericano y el segundo latinoamericano, después de Guatemala (Revista Líderes, 2011: 01).

El potencial del aceite de palma radica en su versatilidad para servir como materia prima en la elaboración de diferentes productos refinados e industrializados. Este se aplica como base para la elaboración de jabones, alimentos para animales, margarinas, grasas de confitería, lácteos, emulsificantes, cremas batidas, aceites industriales, entre otros productos. Además, cabe señalar que debido a diferentes proyecciones en donde se evidencia la creciente demanda excesiva de petróleo a nivel mundial (la cual supera los 85 millones de barriles diarios), el considerar la obtención de energía a través de fuentes renovables alternas (una de ellas es el biodiesel el cual se obtiene a partir de aceites vegetales) se convirtió en un tema prioritario. En este sentido, resalta el uso del aceite derivado de la palma africana, el cual posee un rendimiento mayor por hectárea de cultivo, alcanzando los 5.510 litros por hectárea año a año, y consiguiendo superar a otros cultivos como el coco o el aguacate, los cuales obtienen rendimientos cercanos a los 2.500 litros de aceite por hectárea. Así, este sector cuenta con un potencial de crecimiento y desarrollo para el corto y mediano plazo. En el contexto ecuatoriano, la innovación tecnológica y el mejoramiento de los suelos son aspectos relevantes en pos de aumentar la productividad, y con esto satisfacer las crecientes necesidades del mercado interno y extranjero, convirtiéndose en una fuente relevante de diversificación tanto en materia de producción como de exportaciones (Revista el Agro, 2013: 01).

A nivel mundial, según datos del CCI, los mayores exportadores de aceite crudo de palma son Malasia, Indonesia, Costa de Marfil, Alemania, entre otros. De los USD 32.492 millones exportados en el 2013 a nivel mundial, Indonesia vendió USD 15.838 millones, seguido de Malasia el cual bordeó los USD 12.352 millones. Esto representa que en estos dos países se concentra cerca del 87% de toda la oferta mundial. Por otro lado, India, China y Holanda se presentan como los demandantes más fuertes en el contexto internacional, pues entre los tres mercados suman el 42% de las importaciones mundiales totales (Revista el Agro, 2013: 01).

Para la exposición de cifras de exportación, crecimiento y demás, se toma en consideración la partida arancelaria expuesta a continuación en la Tabla 9.

**TABLA 9**  
**DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DEL ACEITE DE PALMA AFRICANA EN BRUTO**

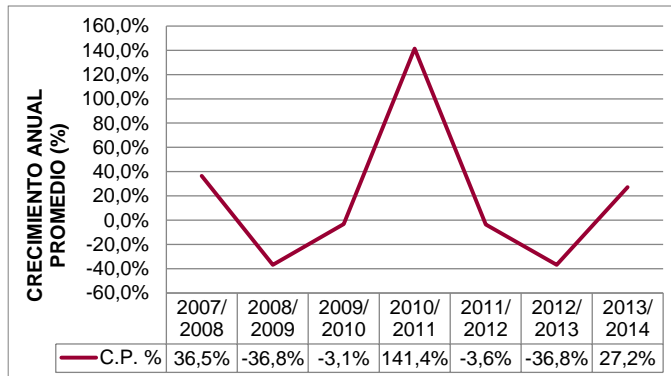
<b>15.11.00.00.00</b>	<b>ACEITE DE PALMA Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADO, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE</b>
<b>SUBPARTIDA</b>	
<b>15.11.10.00.00</b>	<b>Aceite en bruto</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Dentro de las exportaciones del sector del aceite de palma, el “aceite en bruto” se presenta como el bien de exportación más relevante. Del total comercializado en el 2014, este aportó con una participación del 58,2% la cual es significativa dentro del pastel de exportaciones, pues los productos que lo siguen en importancia como los “demás aceites de palma y sus fracciones” o las “grasas y aceites vegetales” apenas alcanzaron del 18,4% y 10,3% respectivamente en el mismo año. Cabe destacar que productos como “los demás jabones en barra” o “las margarinas líquidas” pese a presentar participaciones menores (2,05% y 1,82%) se registraron con altos índices de crecimiento, con una tasa promedio de 32,2% y 72, 8% para cada uno durante el período 2010-2014 (PRO ECUADOR, 2014: 07). En el caso particular del rubro del aceite en bruto, se muestra que este fluctúa entre crecimientos y decrecimientos año a año. No obstante, se destaca el período 2010-2011, en donde se alcanzó el despunte más alto con más del 140%. Para el total del período 2007-2014 se registró un crecimiento anual promedio del 17,8% (Ver Gráfico 25) (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2013: 02).

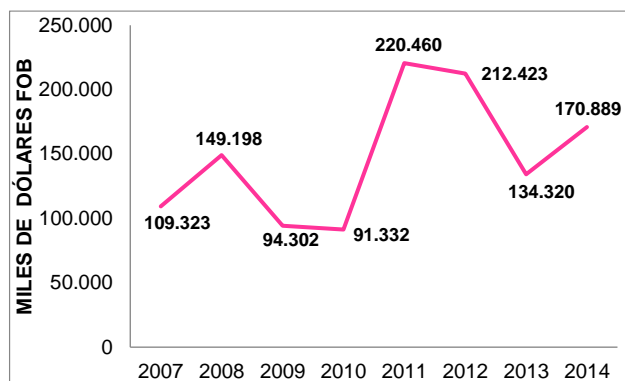
**GRÁFICO 25**  
**CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE LA SUB-PARTIDA 1511100000**  
**“ACEITE DE PALMA EN BRUTO”. PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

De la misma forma, el comercio internacional del Ecuador en el rubro del aceite de palma en bruto muestra una tendencia a la alza año a año en sus exportaciones. De acuerdo con datos de la Fundación de Fomento de Exportaciones de Aceite de Palma y sus Derivados de Origen Nacional FEDAPAL, desde el año 2007 se aprecia un incremento positivo, pasando de USD 109.323 hasta los USD 170.889 en el 2014. Se aprecia una excepción en los años 2009 y 2010, en donde debido de manera principal a efectos climáticos sobre la producción de palma aceitera y la crisis mundial, la exportación se redujo hasta los USD 94.302 y USD 91.332 respectivamente, pero repuntando y alcanzando la cifra más alta para el 2012, en donde se registró un incremento hasta los USD 212.423 (Ver Gráfico 26).

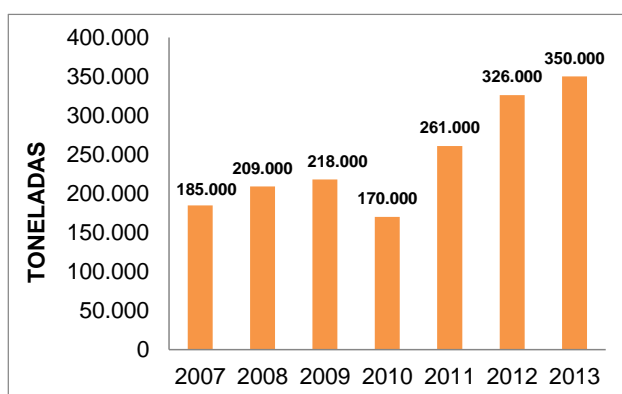
**GRÁFICO 26**  
**EXPORTACIONES TOTALES FOB, SUB-PARTIDA 1511100000 “ACEITE DE**  
**PALMA EN BRUTO”. PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Por otro lado como se muestra en el Gráfico 27, la producción del aceite crudo de palma logró duplicarse en años recientes. De esta forma, Ecuador logró pasar de ser abastecedor de una parte mercado interno, a un relevante exportador. Es así que mientras en el 2007 se exportó una producción aceitera por un volumen de 185.000 TM, para el 2013 y 2014 estas alcanzaron las 350.000 TM y 540.000 TM en cada año. Dicha producción tiene como destino tanto la industrialización para el mercado interno, como la generación de excedentes de productos semi-elaborados y elaborados para mercados extranjeros.

**GRÁFICO 27**  
VOLÚMEN DE EXPORTACION, SUB-PARTIDA 1511100000 “ACEITE DE PALMA EN BRUTO”. PERÍODO 2007-2013



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## MERCADOS DE DESTINO

Durante el período 2007-2014, el aceite crudo de palma llegó a relevantes destinos en países de la Región Andina y la Unión Europea. Para el 2014: Venezuela, Colombia, Europa, México Estados Unidos, la República Dominicana y Chile se presentaron como los cinco principales mercados de Ecuador para este producto, con una participación en el pastel de destinos exportables del 48%, 28%, 9,8%, 1,3%, 1,8% , 2,7% y 4,5% respectivamente (Bonilla, 2015). Es relevante señalar que se cuenta con otros mercados que aunque presentan una participación menor en el total promedio general, exhiben una significativa tasa de crecimiento anual promedio en su demanda para el período analizado. Este es el caso de Brasil y República Dominicana con un 170% y 239% de crecimiento cada uno. Otros destinos en donde comenzaron a emerger las exportaciones de aceite crudo a partir del año 2007

son Haití, Corea del Sur, Canadá y los Estados Unidos. Un punto que se considera clave mencionar en este contexto, es que el hecho de que varias naciones hayan autenticado el uso obligatorio de biodiesel elaborado a partir de aceites vegetales como un decreto obligatorio, abriendo la puerta para nuevos nichos de mercado y consolidan el potencial en la capacidad de exportación de este producto (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, 2014: 08).

Es así, que bajo todo el contexto analizado en para este producto, se confirma que la industria del aceite de palma se consolidó en la actualidad como líder mundial en la provisión de productos elaborados en aceites y grasas, y como uno de los sectores con mayor potencial debido a su versatilidad de usos y variadas aplicaciones de sus productos derivados, convirtiéndolo en un bien a tomar en cuenta para una investigación más profunda que permita conocer la dimensión de sus fortalezas y puntos débiles.

#### **1.3.4. Perfil del producto seleccionado IV: Harina de pescado**

La harina de pescado, es uno de los productos más relevantes en la industria encargada de reducir los desperdicios que se obtienen de derivados del pez fresco, así como de aquel que por sus características no posee la calidad necesaria para ser procesado (en especial peces anchoa y espadines). Así, el resultante, es un producto procesado con un alto contenido de proteínas, minerales y grasas, ideal para ser utilizado como recurso de nuevas cadenas productivas. De acuerdo a datos del Turkish Journal of Fisheries and Aquatic Sciences, se estima existen un aproximado de 400 fabricantes de harina de pescado a nivel global, los cuales elaboran cerca de seis millones de toneladas de producto cada año, mediante el procesamiento de 33 millones de toneladas de materia prima proveniente de todo el mundo (Aldás, 2016: 01). Es así que pese a diversos factores externos que pueden influir para su manufactura, este elaborado logró mantener un crecimiento de exportación sostenido en el país, pues su fortaleza radica en la importancia que representa para la cadena alimenticia de otros bienes de exportación, pues su uso está en relevante dimensión ligado a la producción y ciclo de crianza de otras especies de consumo directo como el camarón, aves, ganado porcino y cultivo de peces (Reyes, 2014: 37-38).



Para efectos de análisis de cifras en los párrafos siguientes, la sub partida a analizar es la 23.01.20.10.00 cuyos detalles se muestran a continuación en la Tabla 10.

TABLA 10  
DESCRIPCIÓN ARANCELARIA DE LA HARINA DE PESCADO

<b>CAPÍTULO</b>	
<b>23.01.20.00.00</b>	HARINA, POLVO Y «PELLETS», DE PESCADO O DE CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS O DEMÁS INVERTEBRADOS
<b>SUBPARTIDA</b>	
<b>23.01.20.10.00</b>	De pescado

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

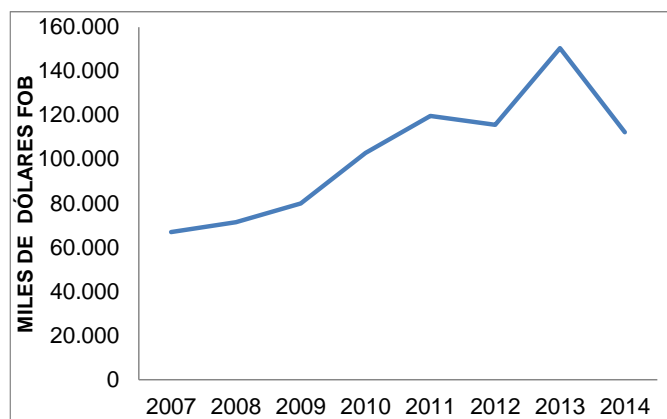
## EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

La demanda de harina de pescado a nivel mundial es cada vez más relevante, tanto por la cantidad de empleo que esta genera en las poblaciones donde se produce, como por ser uno de los pocos productos con un abastecimiento de componentes claves (como la proteína) en extremo necesarios para el desarrollo de otras industrias destacadas como las acuícolas o ganaderas (Redacción Negocios Diario El Telégrafo, 2012: 01). Este último factor de importancia se resalta en el informe “The Appeal of Fishmeal” publicado por Rabobank, en el cual se señala que las industrias que encuentran en la harina de pescado un rol estratégico para el perfeccionamiento o procesamiento de sus propios productos, están dispuestas a pagar el costo necesario por la misma, aun cuando este sea elevado, impulsado de manera principal por la disminución de la oferta y el incremento de la demanda de los desde finales del 2012 (Nikolik, 2015: 01). Sólo durante el 2014, su precio se disparó al nivel más alto en una década, llegando a USD 2.390 por TM en diciembre de ese año, un aumento del 66% referente a los USD 1.430 que se registró a inicios del mismo (OCE Tokio, 2015: 01).

Es así que en el contexto ecuatoriano, las exportaciones de este producto están en extremo atadas al curso de la economía mundial, registrando una alta similitud con sus bajos y altos. Así, el pico más relevante de las

exportaciones de harina de pescado se registró en el 2013 con un valor de USD 150.439. No obstante, su incremento en valores netos es bastante significativo en el período analizado, pues pasaron de USD 67.011 en el 2007 a USD 112.279 en el 2014 (Ver Gráfico 28).

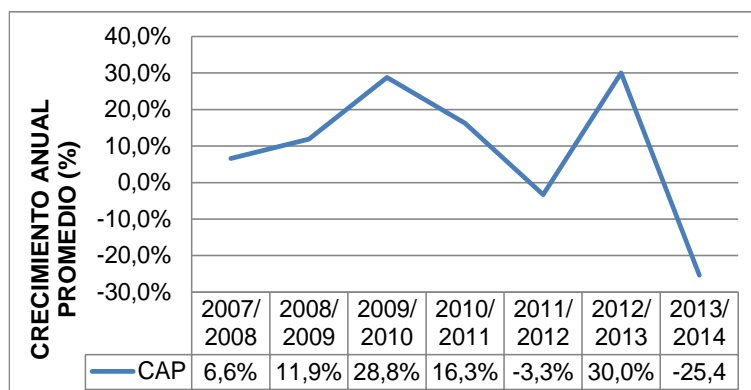
**GRÁFICO 28**  
EXPORTACIONES TOTALES FOB, SUB-PARTIDA 2301201000 “HARINA DE PESCADO”. PERÍODO 2007-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

En este contexto, las exportaciones de este producto crecieron un 9,3% en promedio durante el período 2007-2014. De esta forma, como se evidencia en el Gráfico 29, las mismas mostraron un crecimiento anual promedio a la alza de 6,6%, 11,9%, 28,8% y 16,3% durante cuatro años consecutivos (2007-2011), el cual estuvo impulsado de manera principal por la cotización a la alza de la harina de pescado en el mercado mundial. Cabe destacar también que durante el año 2014, Ecuador redujo su producción de harina de pescado al mercado, pasando de 101.241 TM en 2013 a 71. 426 TM en 2014, hecho que se refleja en el decrecimiento más notable en el período estudiado, el cual fue de 25,4% durante dichos años (Varela, 2013: 16).

GRÁFICO 29  
CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE LA SUB-PARTIDA 2301201000  
“HARINA DE PESCADO”. PERÍODO 2007-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## MERCADOS DE DESTINO

La lista de países exportadores de harina de pescado ubica a Ecuador como el décimo exportador de este producto a nivel mundial y el tercero a nivel latinoamericano después de Perú y Chile. De acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador (2014), China es el principal país importador de este producto con el 34% de participación. A este lo sigue de cerca Japón con el 31%, Colombia con el 21%, y por último con participación menor se encuentran Australia y Venezuela con un 9% y 5% cada uno. No obstante, la perspectiva de aumento de número de destinos es positiva, pues como se menciona en líneas anteriores, la harina de pescado constituye un insumo con realmente pocos sustitutos para la producción de determinados productos, siendo de gran dinamismo para industrias demandantes de todo el mundo.

Frente a todo lo expuesto de manera previa en el presente Capítulo, se realiza un examen exhaustivo del sector exterior del Ecuador y su comportamiento durante el período 2007-2014. En este contexto, se mostró la limitante de la matriz de exportación ecuatoriana, y se evidencia la necesidad en la búsqueda de productos que por su potencial y características cuantitativas, aporten nuevas dimensiones de dinamismo con el fin de ampliar su influencia en la estructura económica del país. En este ejercicio, y tras la tipificación de varios conceptos que definen a estos bienes emergentes, se estructura una propuesta metodológica, bajo la cual se seleccionó a cuatro productos de exportación No Tradicional los cuales mostraron un

comportamiento dinámico relevante durante el periodo estudiado y se cree son meritorios de una investigación más profunda la cual permita revelar su real alcance de contribución para el país y a la vez forjar las bases de un real Crecimiento Económico, e cual forje nuevos procesos de comercialización en los cuales se construya una nueva estructura productiva de mercados y capacidades productivas y tecnológicas.

## **CAPÍTULO II**

### **ECUADOR EN EL MERCADO INTERNACIONAL**

Un modelo de comercio exitoso debe formar parte de una estrategia nacional de desarrollo. Así lo indican los preceptos del Crecimiento Económico, el cual en varios de sus postulados afirma que en pos de romper los esquemas económicos ortodoxos clásicos, es necesario el generar una nueva visión del sector exterior, en donde el intercambio comercial diversificado sea la herramienta a través de la cual se produzca un crecimiento sostenido y sustentable en el tiempo. Es así que una renovada lógica de participación en nuevos mercados comerciales se vuelve indispensable para la estrategia de una nación en el mundo, pues a través de esta es posible identificar nuevos productos potenciales, los cuales satisfagan necesidades nacientes y demandas desconocidas de manera previa. De esta forma, se garantiza una valiosa diversificación, tanto de la oferta exportable, como del número de destinos hacia donde llegan productos y servicios, en el contexto ecuatorianos.

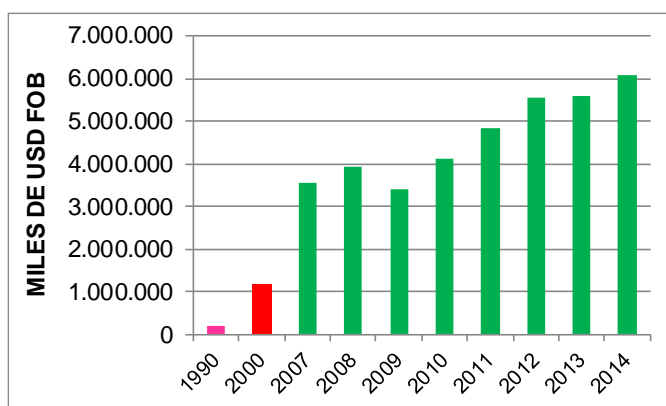
#### **2.1 Principales socios comerciales de la exportación No Tradicional ecuatoriana**

A partir de los inicios de las teorías económicas en donde se pondera la importancia del comercio dentro del contexto internacional, el desarrollo de una economía globalizada está en relevante dimensión ligado al progreso de los mercados. Este concepto destaca al Crecimiento Económico como una concepción en la cual, dentro de un mercado extranjero, un país puede exportar cualquier bien y/o servicio de acuerdo a las ventajas comparativas y competitivas que este ofrezca. Así, y siguiendo los preceptos de la Teoría CEPALINA, en una nación como Ecuador, se remarca la importancia del acceso a un mercado internacional. Por un lado, porque es de esta forma es posible distinguir los bienes más convenientes que permitan establecer niveles de intercambio propicios de acuerdo al desarrollo con sus socios comerciales. Y por otro, porque durante la década del año 2000, en el intento por lograr que el país marche sobre la ruta de un creciente proceso de modernización globalizado, se impulsaron reformas estructurales (nueva estructura exportadora a través del cambio de Matriz Productiva) que tienen el objetivo de extender la economía ecuatoriana hacia el mercado internacional y con esto provocar la dinamización de su economía y el fortalecimiento de nuevos sectores productivos No Tradicionales.

### 2.1.1. Mercados extranjeros más relevantes para las exportaciones No Tradicionales ecuatorianas

El comercio exterior ecuatoriano presentó grandes cambios en su estructura en años recientes. El más relevante de estos, como se menciona en líneas previas, es tal vez el acelerado desarrollo de las exportaciones de productos No Tradicionales, las cuales en un poco más de 20 años, aumentaron cerca de 36 veces sus ingresos por exportación, pasando de USD 181 millones en 1990 a USD 6.088 millones en el 2014 (Ver Gráfico 30). De la misma forma, el volumen exportado aumentó de forma notable, aumentando de 222 mil TM a 3.008 mil TM en el mismo período de dos décadas, un aproximado de 14 veces mayor. Así en más de 20 años de análisis, las exportaciones No Tradicionales pasaron de tener una modesta participación en las Exportaciones No Petroleras, a ser un relevante motor de las mismas (de 13% en 1990 a 55,9% en 2012). Este cambio, es explicado en gran medida a una mayor diversificación de destinos para una variedad nueva de productos exportados (Castellanos & Samaniego, 2012: 55).

GRÁFICO 30  
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES. PERÍODO  
1990-2000, 2007-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Si se analiza la información de principios de los años 90 proporcionada por el Banco Central del Ecuador, en esta se expone que las exportaciones No Tradicionales representaron apenas el 6,7% del total de exportaciones ecuatorianas en ese período. Dichas exportaciones No Tradicionales tuvieron cerca de 70 países como destino, siendo el bloque comercial TLCAN su principal mercado, el cual concentró el 40,8% del total exportado, pero con la

presencia de Estados Unidos como actor relevante, el cual fue aportó con un 37,2% de participación. El segundo destino en relevancia fueron los miembros de la Comunidad Andina de Naciones, la cual tuvo una participación del 25,2% de las exportaciones, aquí se destacó Colombia (17,4%) y con menor aporte Perú (7,6%). Por último, la Unión Europea fue mercado para el 15,7% de las exportaciones no tradicionales, dentro de este bloque se destacaron países como el Reino Unido y Alemania con un 4% y 3,3% respectivamente.

Una década después, en el año 2000, Ecuador exportó un poco más del doble de bienes No Tradicionales a también cerca del doble de destinos (134). Para este año las No Tradicionales alcanzaron el 24,1% de participación en las exportaciones totales y 47,5% en las No Petroleras, un aumento de 34 puntos porcentuales en referencia a 1990. No obstante, a pesar del aumento en número de productos y mercados, los principales destinos fijados una década atrás se conservaron. El TLCAN con una participación del 30,3% de las exportaciones y con Estados Unidos concentrando el 23,8% de la misma encabezó el top 3. La CAN se apostó una vez más en el segundo lugar con el 27,8%. Colombia se mantuvo como el líder dentro del grupo con una participación del 21,9%. La Unión Europea cerró el tercer destino más relevante con el 17,9%, pero con Holanda y España como actores diferentes precediendo como principales compradores, ambos con un 5% y 2,9% respectivamente en la participación (Castellanos & Samaniego, 2012: 55).

Para el 2012 las exportaciones No Tradicionales cobran relevancia en el comercio exterior del país, llegando a 852 productos de exportación, triplicando la cifra exportada en 1990. Además, se evidencia un cambio notable en los destinos de exportación, posicionando a la CAN y al Mercosur como los principales mercados (con una participación del 23,1%) y con Colombia (17,1%) y Venezuela (16%) como los países más destacados. En este mismo año, el TLCAN es desplazado al tercer lugar, pero manteniendo una participación relevante (20,7%). No obstante, es clave señalar el hecho de que pese al valioso incremento del número de destinos para este tipo de productos, los principales países compradores no cambiaron en un período de 22 años, contando a Estados Unidos como destino más destacado (Castellanos & Samaniego, 2012: 55). A pesar de no contar con preferencias arancelarias con el país norteamericano, las exportaciones se desarrollan en extremo en productos como los enlatados, las rosas y las artesanías. De acuerdo con

información de Pro Ecuador, el volumen de exportaciones con este país en el 2013 fue del 28%. Así, se expone que en el período analizado, Colombia, Venezuela y los Estados Unidos se presentan como los principales socios comerciales del país para este tipo de exportaciones. La unión Europea se destaca también, pero en menor medida con una concentración media del 16% en el mismo año (García, 2014: 48).

En este contexto, la diversificación y búsqueda de nuevos mercados se convirtió en una política de importancia relevante para Ecuador. Países en Europa (destino en donde las flores y artesanías también cuentan con un mercado valorable) y Centroamérica, son socios con los que el país busca implementar negociaciones en la búsqueda de acuerdos comerciales de complementación. De la misma forma, otros destinos en donde el producto No Tradicional busca ganar espacio se encuentran en el Asia. China y los Emiratos Árabes Unidos son destinos en donde las frutas exóticas como babacos y granadillas, vegetales congelados entre ellos el brócoli, la coliflor y los snack derivados del banano, y productos procesados como derivados del café y el chocolate, logran gran acogida por su alta calidad (Redacción Diario El Mercurio, 2014: 01). Esto logró que en naciones como Corea y la misma China, las exportaciones No Tradicionales hayan crecido más del 100% en los últimos dos años.

Es relevante señalar que no obstante el notorio aumento de los destinos de exportación, se debe palear de forma acertada una serie de barreras para el crecimiento eficiente del número de socios comerciales. Los principales problemas a vencer con el fin de fortalecer los productos ecuatorianos son de tipo logístico y de arancelario, así como la debilidad en volúmenes de exportación que afectan la demanda de nuevos mercados. De esta forma, se puede presentar un acertado fomento de las exportaciones, sin limitarse a países de la región con los cuales se comparte mucha similitud de bienes de exportación (excepto en el caso de rubros industriales), produciendo de esta manera, una evolución sostenida de diversificación de destinos que marquen un crecimiento eficaz de las exportaciones (Agencia Andes, 2012: 01).



### **2.1.2. Socios principales de Ecuador en la exportación de Productos No Tradicionales Primarios e Industrializados**

De acuerdo a la clasificación utilizada por el Banco Central del Ecuador que se menciona de manera previa a lo largo de este Trabajo de Investigación, las exportaciones ecuatorianas se dividen en dos grupos: Petroleras y No Petroleras. No obstante, para contar con una noción más precisa, las últimas son clasificadas a su vez en Tradicionales y No Tradicionales, de las cuales las No Tradicionales se clasifican en dos sectores básicos: “Primarias” para productos que son comercializados en calidad de materia prima, e “Industrializados” para aquellos bienes que cuentan con un grado mínimo de valor agregado o industrialización (Reyes G., 2013: 17-19). Ecuador como se establece de manera previa, es un país cuya oferta exportable es de manera fundamental de materias primas, dicha fortaleza está reflejada incluso en las exportaciones No Tradicionales, en donde según datos del BCE, el grupo de las No Tradicionales Primarias crecieron un 167%, al pasar de USD 901,79 millones en el 2007 a USD 2408,51 millones en el 2014.

De los siete productos catalogados dentro de este grupo, bajo un breve cálculo de crecimiento basado en datos proporcionados por el BCE, se expone que los Productos Mineros se presenta como el bien de crecimiento más relevante del 2007 al 2014 (1472%), seguido de la Madera (149%) y el Tabaco en rama (101%). Por otro lado, y pese a que el crecimiento de los No Tradicionales Industrializados es menor al del primer grupo (39% en el mismo período), los Elaborados de banano, las Manufacturas Textiles y los Enlatados de pescado, reflejan un crecimiento representativo en el panorama general de los No Tradicionales, con un desarrollo del 183%, 100% y 88% respectivamente.

Otro género primario que destaca (pese a la caída de precios de materia prima en mercados internacionales) presentando cifras positivas y una demanda creciente en múltiples destinos son las frutas no tradicionales. De acuerdo con datos recopilados por la Asociación de Productores Ecuatorianos de Frutas y Legumbres (APROFEL), piñas, papayas, mangos, limones, naranjas, maracuyá, limones, guayabas, sandías, chirimoyas, granadillas, tomate de árbol, kiwis, entre otras frutas, gozan de una tendencia que va en aumento considerando la tendencia existente por consumir alimentos

funcionales y sanos que contribuyan con beneficios a la salud, razón por la cual mercados como Estados Unidos, Chile, Reino Unido, Alemania, Bélgica, Argentina, Holanda, Hong Kong, entre otras naciones, son de constante (aunque aún naciente) demanda. Según estadísticas del BCE, el producto de mayor consumo en este sub sector de las frutas no tradicionales es la piña, la cual solo durante los años 2009-2012 reportó un promedio aproximado de USD 35 millones. Entre los destinos más destacados para este producto se cuentan a Chile, Argentina, Alemania, Bélgica, República Checa, Rusia, y los Emiratos Árabes Unidos (Revista Líderes, 2016: 01). Otros casos de productos con alta concentración de mercado son las maderas terciadas y prensadas, donde el 61% del volumen de exportación se dirige a Estados Unidos; las manufacturas de cuero, fibras textiles y metales (que dando prioridad a las preferencias arancelarias establecidas por la CAN) tienen como destino trascendental a Colombia; los jugos de frutas, flores y enlatados derivados del pescado, producto estrella en algunos países de la Unión Europea (Rusia, Holanda y Francia de manera principal); las exportaciones de harina de pescado, las cuales están concentradas en el continente asiático con China y Japón con más del 50% de las mismas; los extractos, aceites vegetales, químicos y fármacos (con Venezuela como mercado más relevante); entre otros (Ver Gráfico 31) (Romero, 2013: 01).

**GRÁFICO 31**  
CONCENTRACIÓN PROMEDIO DE DESTINOS DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES PRIMARIOS E INDUSTRIALIZADOS. PERÍODO 2008-2013

DESTINO /CONCENTRACIÓN	Estados Unidos	Colombia	Venezuela	Perú	Canadá	España	Holanda	Italia	Rusia	Francia	Japón	China
<i>Elaborados de banana</i>	36%						35%					
<i>Enlatados de pescado</i>		11%	18%			25%		11%				
<i>Extractos y aceites veg</i>		28%	36%									
<i>Farmacéuticos</i>		41%		31%								
<i>Flores Naturales</i>	34%				5%		10%		20%			
<i>Harina de pescado</i>											45%	30%
<i>Jugos y conservas fruta</i>	19%						34%			20%		
<i>Maderas terciadas</i>	61%											
<i>Manuf. cuero, plasti.</i>		50%	25%									
<i>Otras manuf. textiles</i>		52%	48%									
<i>Otras manuf. metales</i>		33%	22%	22%								
<i>Otros produc. mineros</i>		57%										
<i>Químicos y Farmaceu.</i>		34%	34%									

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Además en este contexto, pese a que se considera relevante el destacar el notorio crecimiento de algunos valores No Tradicionales durante años recientes, es también significativo, el analizar la concentración del número de destinos a los que llegan estas exportaciones. Esto, tal y como lo señala la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico, con el objetivo de medir el nivel de competitividad los No Tradicionales dentro de sus destinos más relevantes, y de esta manera, conocer el grado en el cual el país, en condiciones justas, es capaz de producir y superar el estándar de mercados internacionales, de forma que incrementen de manera sostenida los ingresos para la población, siendo un aporte real en el marco del Crecimiento Económico. Con este fin, es posible utilizar el “Índice de la Ventaja Comparativa Revelada -VCR” establecida por Bela Balassa en su desarrollo de la Teoría de la Integración Económica en 1965 y avalada por la CEPAL, FAO y otras instituciones a lo largo de los años. Dicho término tiene el fin de señalar como las ventajas comparativas entre países pueden ser reveladas a través del flujo de comercio de sus mercancías. De esta forma, es posible cuantificar el grado de competitividad de determinado producto en función de sus valores de exportación, los cuales están en relación con las exportaciones del mismo producto con los demás países del mundo (Heredia & Huarachi Chávez, 2009: 28).

Así, los resultados se miden de la siguiente forma: cuando el índice VCR es igual a uno (1) para un producto o sector de un país en particular, el cambio de dicho producto o sector es equivalente al promedio del mercado de referencia. En cambio, cuando el índice refleja un resultado superior a uno (1), se valora que el país en particular está especializado en dicho producto o sector, y se desempeña con una productividad significativa en el mercado escogido. Por último, si el índice se presenta inferior a uno (1), el resultado muestra lo opuesto, productividad escasa o casi nula, lo que representa baja especialización y poca competitividad del producto o sector en el mercado en particular. En esencia, si se emplea el índice de Balassa para contrastar entre diferentes productos en un mismo mercado, mientras más alto es el índice, más favorable es su posición competitiva, lo cual conlleva que el país en cuestión alcanzó cierta especialización en sus métodos de producción o más óptimas condiciones comparativas como clima, suelos o menor precio de manufactura. En la Tabla 11, se exponen los VCR de los productos No

Tradicional de alta concentración en los diez mercados internacionales más sustanciales en el penúltimo año del período analizado (Navarrete, 2014: 31).

TABLA 11  
COMPETITIVIDAD DE EXPORTACIONES NO TRADICIONALES MEDIDA A TRAVÉS DE ÍNDICE DE BALASSA (VCR). AÑO 2013

MERCADO/PRODUCTO	USA	COL	VEN	PER	CHIL	RUS	ITA	ESPÑ	ALE	CHIN
Enlatados de pescado	0.40	0.98	1.76	1.05	1.40	-	2.26	3.79	1.79	-
Flores naturales	1.70	0.05	-	0.13	0.79	2.99	0.79	0.42	0.41	0.03
Vehículos y sus partes	0.28	6.59	6.09	0.15	0.05	0.0	0.0	0.02	0.00	0.00
Otras manufacturas de metales	1.61	3.13	4.51	4.11	1.89	0.0	0.02	0.10	0.01	0.42
Extractos y aceites vegetales	0.04	4.11	5.34	0.87	2.19	0.0	-	0.05	0.01	-
Manuf. de cuero, plástico y caucho	0.19	4.85	3.59	4.79	1.52	-	0.01	0.02	0.00	0.02
Jugos y conservas de frutas	1.88	-	0.48	0.01	3.12	0.0	0.10	0.30	0.06	0.11
Otros químicos y farmacéuticos	0.68	3.26	2.89	11.23	0.26	0.0	0.00	0.03	0.05	0.24
Café industrializado	0.03	0.03	-	0.51	0.07	2.44	0.04	0.03	6.21	0.02
Otras manufacturas de fibras	0.01	7.95	3.03	1.93	0.49	0	0.00	0.01	0.00	-

Fuente: Navarrete, D. sobre datos del Banco Central del Ecuador, 2014  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

De esta forma, al analizar los índices de Ventaja Competitiva Revelada de la Tabla anterior, se consigue una serie de datos relevantes en relación con las exportaciones No Tradicionales, entre los cuales resaltan los siguientes: abordando desde Estados Unidos, destino principal de las exportaciones del país, se observa la competitividad más alta en “Jugos y conservas de frutas”, “Flores naturales” y “Otras manufacturas de metales”. Así, ninguno de estos productos se encuentra entre los cinco productos de mayor exportación hacia este mercado, exponiendo una vez más, la aún creciente incidencia de los No Tradicionales en la oferta exportable ecuatoriana. De acuerdo a datos recogidos por la misma fuente citada en este párrafo, el oro, el cacao y el banano son los productos de más alta competitividad en el mercado estadounidense, sin embargo, todos están clasificados como Tradicionales.

El segundo mercado, Colombia (a diferencia de Estados Unidos) exhibe alta competitividad en otros seis productos, en los cuales se destaca las “Otras manufacturas de fibras” y los “Vehículos y sus partes”. Dicho nivel de competitividad también se refleja en naciones latinoamericanas como Venezuela y Perú en donde productos además bienes como “Químicos y fármacos”, “Manufacturas de plástico, cuero y caucho” y “Extractos de aceites y

vegetales”, presentan una ventaja comparativa sobre los demás. No obstante, esto refleja que dichas ventajas existen en productos No Tradicionales manufacturados, pero cuyo comercio en su mayoría está limitado a países latinoamericanos. Naciones más desarrolladas como Rusia, China u otros países de la Unión Europea son mercado para exportaciones con menos nivel tecnológico (Enlatados de pescado, Flores naturales). Demostrando así, que la competitividad ecuatoriana frente países desarrollados se mantiene en productos No Tradicionales primarios y los productos con un nivel tecnológico medio muestran competitividad elevada en naciones que cuentan con una oferta exportable análoga a la ecuatoriana (Navarrete, 2014: 32-41).

### **2.1.3. Mercados potenciales con mayor proyección para las exportaciones No Tradicionales**

En líneas preliminares, se sostiene que la Inversión Extranjera Directa y el comercio con nuevos mercados, son elementos claves para la contribución en el Crecimiento Económico de un país. No obstante, como expone la CEPAL en la publicación “Comercio, inversión directa y políticas productivas” (2004), no existe un componente automático que asegure una relación efectiva entre estas. Las diferentes maneras en que se puede asumir la IED y la apertura comercial, así como también las diversas condiciones que rodean a las mismas, son determinantes de sus impactos finales en el dicho crecimiento. Un punto que se puede establecer con cierta certeza, es el hecho de que la correlación entre exportaciones y crecimiento se concibe como aquellas exportaciones que poseen un notable impacto vía encadenamientos con actividades locales y otras externalidades. Esta inserción externa (entendida como el perfeccionamiento de cantidad y calidad de exportación) obedece a la posibilidad de alcanzar mercados, en especial de alto consumo. No obstante, este preferible y más estable acceso a nuevos destinos, es sólo un aspecto de dicho progreso. El sondeo de mercados desconocidos de exportación, involucra en la mayoría de casos otras particularidades como costos de exploración o medidas transitorias (necesarias para priorizar la exportación de bienes no tradicionales a destinos también no tradicionales) (Machinea & Vera, 2006: 43-46).

En el caso ecuatoriano, el tamaño de su mercado doméstico obliga a la indagación de la ampliación de mercados externos como fuente de esta mencionada aceleración del crecimiento. Aunque el comercio no es el único

componente, Ecuador es en extremo dependiente de esta capacidad de exportar (cerca al 30% del PIB se genera a través de este rubro), sin embargo tanto el portafolio de productos ofertados, como el número de destinos, presentan un sólido riesgo de concentración, el cual restringe la capacidad de desarrollar dicha capacidad de forma acelerada o responder de forma efectiva a shocks externos, como se analizó de manera previa (Trujillo Cassis, 2011: 10). Así, de las iniciativas que apuntan a diversificar mercados y productos, surgen alternativas como acuerdos comerciales, tratados de libre comercio, entre otros. En este sentido, y con el afán de promover las exportaciones en nuevos mercados, diferentes instituciones gubernamentales y privadas (Pro Ecuador), analizan la expansión de productos ecuatorianos novedosos (No Tradicionales) hacia nuevos destinos (Redacción Diario La Hora, 2012: 01). Aunque dichas iniciativas apuntan a priorizar alternativas a través de acuerdos comerciales bilaterales o tratados de comercio, la exploración de opciones a través de la identificación de mercados en donde bienes y productos no cuentan con demanda es usada como alternativa en extremo válida. Aspectos como exponer la información comercial del producto; analizar el entorno económico de los mercados identificados; valorar posibles acuerdos comerciales; evaluar el poder adquisitivo, tendencias y temporadas de consumo del consumidor al país que se tiene como objetivo, entre otros aspectos, son herramientas clave para esta tarea (Trujillo Cassis, 2011: 11).

En este contexto, la ruta comercial ecuatoriana dio prioridad de investigación a algunos potenciales destinos en años recientes. La Unión Europea, Corea del Sur, Turquía, el Medio Oriente, China, Sudáfrica y Brasil son algunas de las regiones o países en perspectiva en la agenda comercial del país, centrando primacía en aquellos con los que se cuenta con una balanza comercial favorable o que ostentan un mercado potencial real para los productos ecuatorianos. Así, tomando los casos particulares de algunas regiones, la Unión Europea es de vital importancia, pues no solo representa un socio sustancial para las exportaciones No Petroleras tradicionales, si no que la relación con esta zona implicaría fortalecer lazos con un bloque que ya cuenta con convenios con otros países de la región sudamericana (Revista Líderes, 2015: 01).

De la misma forma, el Mercado Común Centroamericano (Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y el Salvador) y República Dominicana,

transformó en un objetivo de preponderancia para el país. En general, la balanza comercial superavitaria con sus miembros en el último período, y la ampliación de la oferta exportable, generó que no solo se comercialicen productos Tradicionales como el atún o petróleo, si no que permite la exportación de productos No Tradicionales que cuentan con un potencial significativo de exportación como las manufacturas o la línea blanca. De acuerdo a criterio de representantes de la Cámara de Industrias, Producción y Empleo de la ciudad de Cuenca, dicho interés por Centroamérica y el Caribe inicia en el año 2005, en donde un estudio técnico demostró el potencial de esta región, y en la que El Salvador y Rep. Dominicana se constituyeron como los principales nichos para negociar, aunque fue Guatemala el que definió más apertura, consiguiendo incluso un Acuerdo Parcial de Complementación Económica. El interés por esta parte del continente, radica en la conveniencia de exportar bienes (como refrigeradoras, muebles de madera y puertas, recubrimientos de pared, derivados de cerámica o más línea blanca) que a diferencia de los que se colocan en mercados como el de Estados Unidos o europeo, si cuentan con una mayor competitividad, pues son de gran demanda y no deben competir en un mercado que cuenta con una industria consolidada y mayor importancia competitiva. Aspectos como la facilidad en la logística de transporte (pese a los aranceles que bordean cerca del 30%) y el poder adquisitivo de los habitantes de dichas naciones (igual o superior al ecuatoriano) son ventajas que convirtieron a dichos productos en protagonistas de una parte notable de mercado (Revista Líderes, 2015: 01).

En el mismo contexto, Asia se establece como un objetivo a tomar en cuenta para la incursión para el Ecuador en el mediano plazo, aunque los contactos y previos estudios con dicho continente comenzaron en el año 2012. Corea del Sur es uno de los objetivos prioritarios (pese a su dificultad de ingreso por temas logísticos) en el que el país busca un Acuerdo Estratégico de Cooperación Económica. De acuerdo a datos del Ministerio de Comercio Exterior, la importancia del potencial de exportación hacia este país reside en los sectores de acuicultura, agroindustria y maderero, a través de los cuales se busca fortalecer flujos de inversión y programas de cooperación conjunta. De la misma forma, la incursión en el mercado árabe presenta una alentadora factibilidad para la incursión de productos No Tradicionales debido al desconocimiento y atracción de consumidores de esta región por los mismos. Concentrados de fruta, procesados y derivados del cacao, chips de yuca y

plátano, palmito, rosas y procesados de atún y camarón son algunos ejemplos de la amplia gama de productos insignia con los que el país busca participar, explotando el relevante poder adquisitivo y atracción por productos exóticos extranjeros en esta parte del continente (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2014: 01).

Además a lo expuesto de manera previa y de acuerdo a datos de Pro Ecuador, existen otros cuatro mercados más que en el último período fueron identificados como potenciales elegibles para nueva oferta de exportación ecuatoriana: Sudáfrica, China, Turquía y Brasil atendieron envíos exploratorios que presagian un futuro promisorio. Productos como purés, mermeladas de fruta, pasta y polvo de cacao, harina de pescado, aceite de palma africana, manufacturas de madera, entre otros productos industrializados (No Tradicionales) buscan un nicho de entrada en estos mercados. Sin embargo, existe también materia prima tradicional (pescado, camarón, banano) que aspira posicionarse en una lista de más de 30 sub partidas arancelarias que apuntan a estos cuatro destinos, los cuales se vuelven atractivos porque en estos se estima más el valor agregado con el que cuentan los productos, que su costo de exportación. Por otro lado, aunque los porcentajes de exportación son bajos, el incremento gradual de las exportaciones país a país, los volvió significativos en años recientes. Así, se refuerza la idea de diversificar productos no conocidos y vigorizar la búsqueda de demanda inexplorada como tarea primordial con el fin de no perder nuevas oportunidades de intercambio comercial y generar crecimiento (Redacción Negocios El Comercio, 2012: 01).

No obstante, la exploración y posterior entrada de nuevos bienes a regiones extranjeras requiere apoyo tanto del sector público como del privado. Sortear barreras como inconvenientes logísticas y de envío, así como la competencia de productos sustitutos o altos tributos y aranceles, son aspectos que se piensa deben ser tratados en colaboración mutua con el fin de no desalentar el potencial de las exportaciones ecuatorianas.

## **2.2. Características, tendencias y efectos de demanda del mercado de exportación más relevante para los productos sujetos a estudio**

El punto de inicio de la nueva argumentación cepalina del Crecimiento Económico impulsada a finales de los años noventa, resalta la importancia de la competitividad para un desarrollo a largo plazo sostenido. Bajo este contexto,



se entiende que las economías más prósperas son aquellas que exportan el mayor número de productos en la mayor cantidad de mercados. Esta diversificación, elemental para el éxito de naciones e industrias, debe ser selectiva con los bienes y destinos que presentan tasas superiores a los promedios de todas sus demás exportaciones, basadas en recursos naturales, grado de industrialización y componentes tecnológicos. Además, es de significativa importancia que dicho componente de competitividad esté atado a las estructuras básicas del Crecimiento Económico, pues, como se señala en el la investigación “Competitividad y comercio exterior” (Bougrine, 2001: 769), a la luz de esta nueva concepción, se espera que en principio la competitividad de un producto sea capaz de producir una economía y una sociedad capaces de comercializar bienes y servicios que generen una ganancia sostenible, pero que también a través de la misma se forje la provisión de buenas condiciones laborales, ambientales, de generación de tecnología, y en general de una base capaz de alimentar de forma sostenible una matriz de exportaciones sostenibles.

No obstante, para este fin también se considera sustancial el tomar en cuenta las características y tendencias del mercado internacional, cambios que en materia de factores externos, transformaciones industriales y tecnológicas, crecimientos de mercado, entre otros, amoldan la competitividad de determinado producto de acuerdo a su destino de comercialización. La respuesta al ajuste de estas nuevas tendencias para la competitividad es, como lo indica la CEPAL, una herramienta fundamental para que los países construyan una base técnica que les permita adecuarse a los cambios y limitar la competencia de otras naciones. Es así, que en la presente sección se abordan las principales características y componentes de los mercados más relevantes para el comercio de los productos seleccionados en este Trabajo de Investigación.

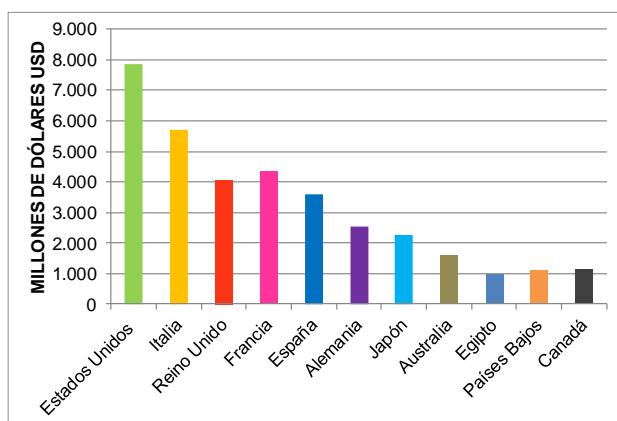
#### **2.1.1. Análisis de la exportación del “Atún en conserva” en el mercado español**

##### **INFORMACIÓN DEL MERCADO Y PERFIL DEL CONSUMIDOR**

Como se establece en el primer capítulo de este trabajo de investigación, el subsector de las conservas de atún en el Ecuador está en extremo caracterizado por su alineación exportadora hacia los centros de consumo mundial más relevantes. El creciente mercado de este producto,

resultado de la progresiva aunque pausada demanda en la última década, encadenó la producción de nuevas, convenientes y sostenibles variedades de conservas, creando un fuerte compromiso por parte de distribuidores y productores para una demanda y entrega más eficaz, con certificados y estándares más altos. Además, estimados de mercado señalan que existe una tendencia en aumento para meses venideros, debido a la conveniencia de precios y confianza del consumidor, en especial en los mercados de Estados Unidos y Europa (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014: 01). De acuerdo a datos estadísticos recogidos por la FAO y Trademap, las importaciones mundiales de las conservas de atún clasificadas dentro de la sub partida 1604141000 obtuvieron un valor total de USD 51.314 millones durante el período 2007-2014. De estas, Estados Unidos y varios países de la Unión Europea encabezan la lista de principales países importadores en este rubro (Ver Gráfico 32) (Jiménez, 2013: 39).

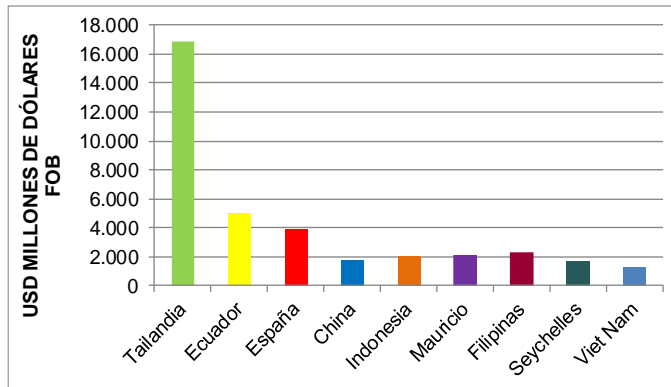
**GRÁFICO 32**  
PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE ATÚN EN CONSERVA. SUB PARTIDA 1604141000. VALORES TOTALES FOB. PERÍODO 2007-2014



Fuente: TRADEMAP  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Del otro lado, en cuanto a las principales naciones exportadoras a nivel mundial, Tailandia prevalece como el primer lugar en la lista, seguida de Ecuador y España, con valores de USD 16.894 millones, USD 4.955 millones, y USD 3.829 millones, respectivamente durante el mismo período analizado (Ver Gráfico 33) (Arpi Sánchez, 2016: 14).

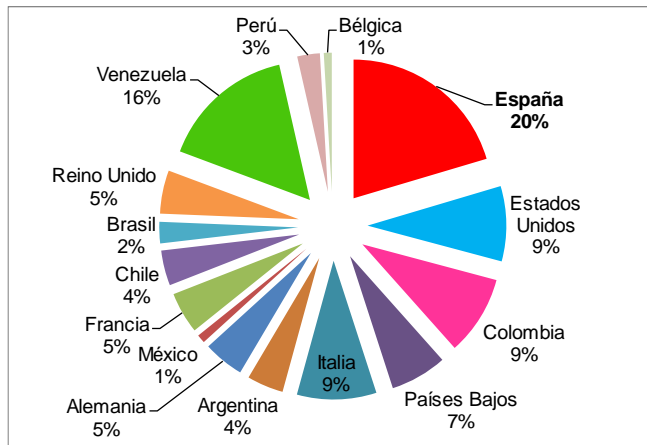
**GRÁFICO 33**  
**PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE ATÚN EN CONSERVA. SUB**  
**PARTIDA 1604141000. VALORES TOTALES FOB. PERÍODO 2007-2014**



Fuente: TRADEMAP  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Como se señala de manera previa, la crisis mundial frenó en cierta medida las importaciones de este producto. Esto porque a medida que los consumidores moderaron su capacidad adquisitiva, de igual forma redujeron el consumo de las conservas de alto nivel como es el caso del atún en conserva ecuatoriano. De esta forma, en un contexto no universal pero si particular para algunos mercados, se opta por un producto más económico, en especial proveniente de Costa de Marfil y varios países asiáticos (PRO ECUADOR, 2012: 04). No obstante, pese a estos indicadores, Estados Unidos y Europa se mantienen como regiones clave para las exportaciones de este producto y en este sentido, Ecuador aún mantiene perspectivas positivas, pues como se observa en el Gráfico 34, las exportaciones de atún en conserva están dirigidas hacia estos mercados, incluyendo el de América del Norte y varios países de la Unión Europea, siendo el más relevante de esta región, y de todos con los que comercia el país en general, España (Jiménez, 2013: 41).

**GRÁFICO 34**  
**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS DESTINOS MÁS RELEVANTES DE**  
**LAS EXPORTACIONES DE ATÚN EN CONSERVA ECUATORIANAS. SUB**  
**PARTIDA 1604141000. VALORES PROMEDIO FOB PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

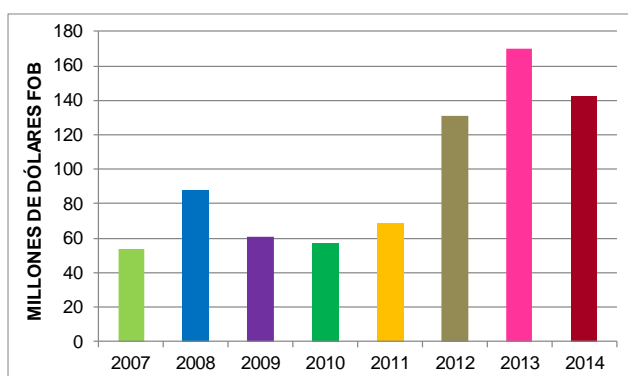
En la actualidad, la industria española adquiere cerca de un 25% del atún en lomo producido por el puerto ecuatoriano. Estas conservas pre cocidas y listadas, son enviadas para su transformación en diferentes presentaciones para su comercialización (Agencia Andes, 2012: 01). En este contexto, se destaca que la producción local en la industria conservera española se compone de 695 empresas, de las cuales apenas 18 están por encima de los 200 trabajadores. La región de Galicia es la que concentra el mayor porcentaje de las mismas con un 27%. Del otro lado, información recogida por Pro Ecuador en su último estudio de mercado en este país, señala que el consumo de conservas de atún de familias españolas fue cercano a las 100 mil toneladas durante el 2012, una cifra equivalente a los 718 millones de euros. De esto, el consumo per cápita fue de 2.16 kilos, un gasto aproximado de 15,59 euros. Así, la tendencia de consumo indica regularidad en años recientes. Andalucía con el 20% de consumo es la región de más demanda de este producto, a esta la siguen Madrid, Cataluña y Valencia, regiones que concentran un 60%. Entre los factores que inciden en la adquisición de este producto se encuentran (en orden de preponderancia) la calidad, el precio y la cercanía para adquirirlos (PRO ECUADOR, 2012: 03).

## COMERCIO EXTERIOR

El valor de las importaciones desde este mercado se mantuvieron constantes y en alza a lo largo de los últimos siete años (Ver Gráfico 35).

Mientras en el 2007 estas arrojaron un valor de cercano a los USD 53 millones, para el 2014 se incrementaron hasta un valor superior a los USD 142 millones, aumento de más del 160%. El punto más alto del período analizado se registró en el año 2013, en donde las exportaciones registraron ventas de USD 170 millones. Nuevas estrategias de diversificación, comercialización y la accesibilidad de este producto en la clase socio económica media, disparó su consumo después de la crisis experimentada en el 2009 que se reflejó para el 2010 y 2011, años en los que los valores decrecieron hasta los USD 57 y USD 69 millones (Súarez Rivadeneira, 2010: 16).

**GRÁFICO 35**  
**EVOLUCIÓN ANUAL DE EXPORTACIONES DE ATÚN EN CONSERVA HACIA ESPAÑA. SUB PARTIDA 1604141000. VALOR TOTAL FOB PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Del otro lado, el volumen de exportaciones hacia el mercado español se desaceleró de manera tenue en los últimos cuatro años. Como se describe en la Tabla 12, mientras en el 2008 se importaron cerca de 47 millones de kilos, para el 2012 el volumen exportado fue de 40 millones (con una excepción en el 2009, año en el cual se registró 49 millones de kilos). No obstante, el precio constante registrado por kilo entre el 2008 y 2011, y el aumento significativo en el 2012, provocaron una tendencia positiva en términos de valor de exportación. De esta forma, Ecuador se posiciona como el proveedor más relevante en términos de volumen de conservas de atún en territorio español. Su cuota de participación de cerca del 45% es por una diferencia notable la más significativa, superando de manera amplia a países como Mauricio (14%), Guatemala (10%) e incluso Tailandia (3%) (PRO ECUADOR, 2012: 08).

TABLA 12  
EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE ATÚN EN CONSERVA  
HACIA ESPAÑA. SUB PARTIDA 1604141000. PERÍODO 2008-2014

	Precio por Kilo (€)	Volumen (Kilos)
2008	3,19	46.321.878
2009	2,77	49.159.286
2010	3,04	44.860.868
2011	3,38	34.513.649
2012	4,47	40.066.170

Fuente: PROECUADOR con base a datos obtenidos de DATACOMEX  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Con lo mostrado de manera previa, se expone el posicionamiento de España como una de las naciones con más impacto en la industria productora y (en especial) transformadora del atún entero, fresco y en conserva. Con el 35% de su producción destinada al mercado externo, siendo Portugal, Francia e Italia el 75% de su mercado de exportaciones en este rubro. Un aspecto que se considera relevante destacar, es que el proceso de comercialización en este país, dentro de su canal de distribución (considerando la preferencia del consumidor) puede darse en dos maneras: en la primera, el productor manufactura la conserva en territorio ecuatoriano y despacha este producto a España como producto de exportación. En la segunda, el pescado congelado es importado como materia prima para su posterior industrialización en territorio español. En ambos casos el producto es distribuido tanto a establecimientos minoristas, donde se adquieren los formatos o presentaciones más pequeñas, como a los mayoristas en donde se demandan las más grandes. Se cree también necesario señalar que aunque las empresas Luis Calvo Sanz, Conservas Guaravilla, e Hijos de Carlo Albo concentran el mayor acopio de producción de este producto, se observa una tendencia de las empresas ecuatorianas hacia la distribución de “marca blanca”, la cual corresponde a la cadena de distribución de un supermercado el cual da valor agregado extra a las conservas de atún ecuatorianas para luego comercializarlas a diferentes fabricantes a precios más competitivos (PRO ECUADOR, 2012: 14). En este contexto cabe mencionar también que la actividad atunera del país que provee a este y otros mercados está concentrada en las localidades de Posorja (parroquia rural de la ciudad de Guayaquil) y Manta. Ambas localidades aportan con las empresas más relevantes en el proceso en la transformación de la pesca viva del atún. En la Tabla 13 se detalla la lista en detalle sobre las mismas (Calderón Pérez, 2014: 23).

**TABLA 13**  
**PRINCIPALES EMPRESAS EN LA INDUSTRIA DE CONSERVAS ATUNERA.**  
**AÑO 2014**

N-	Empresa	Localidad
1	Nirsa	Posorja
2	Empesec	Guayaquil
3	Seafman	Manta
4	Tecopesca	Manta
5	Conservas Isabel Ecuatoriana	Manta
6	Gondi	Manta
7	Marbelize	Manta
8	Eurofish	Manta
9	Inepaca	Manta
10	Pespaca	Manta

Fuente: Subsecretaría de Pesca  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

### **RÉGIMEN ARANCELARIO, NORMAS DE IMPORTACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO**

Las importaciones de conserva de atún en España están atadas a aranceles o impuestos que obedecen al grado de transformación y destino de donde provienen (industria que transforma el atún vivo). En general, esta subpartida está gravada con un 24% para lomos, preparaciones, y conservas, y con un arancel nulo para la materia prima destinada a la transformación (Ver Tabla 14). Sin embargo, existen varias excepciones como en el caso ecuatoriano, en donde el régimen especial SGP+ de estímulo de desarrollo sostenible y gobernanza, concede que las remisiones de conservas de atún y lomos que Ecuador expide a países de la Unión Europea, estén libres de aranceles (Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente de España, 2015: 18).

Dicha medida se considera de vital importancia para ambas partes, pues las relaciones de las patronales españolas con instituciones del sector pesquero ecuatoriano son estrechas, tanto en la industria procesadora de atún, como en la de armadores atuneros (Asociación Nacional de Pesquerías). Además, permite estar a la par de sus competidores más directos, Colombia y Perú, los cuales cuentan con un tratado de libre comercio, el cual permite rebajas arancelarias (Redacción La Voz de Galicia, 2014: 01). No obstante, se piensa también relevante señalar, que pese a las ventajas arancelarias que la nación española concede, las importaciones de productos de la pesca están sujetas a una certificación oficial en este país. Las mismas están establecidas en el reconocimiento oficial de la autoridad de control sanitario competente del

país exportador no europeo, y el reconocimiento formal del mismo es prerequisite indispensable para que sea posible y autorizado exportar hasta España. Para que un país no perteneciente a la UE, en el caso ecuatoriano, es indispensable cumplir cuatro etapas: Autorización, Registro de establecimientos productores, Certificación Sanitaria, y Controles Oficiales PIF (Puesto de Inspección Fronterizos). Todo esto se realiza en pos de garantizar la calidad del producto y su adecuada comercialización en el mercado (PRO ECUADOR, 2013: 14).

**TABLA 14**  
**BARRERAS ARANCELARIAS Y ACUERDOS COMERCIALES ENTRE**  
**ESTADOS UNIDOS Y ECUADOR DEL PRODUCTO “ATÚN EN CONSERVA”.**  
**CORRESPONDIENTE A LA SUBPARTIDA 1604141000**

Código del producto	Descripción del producto	Descripción Régimen Comercial	Tarifa Aplicada	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
1604141000	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito "Sarda spp.", enteros o en trozos (exc. picados)	Régimen Nación más Favorecida (NMF)	24.00%	24.00%

Fuente: Market Access Map. Reporte 2014  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Ante lo expuesto de manera previa se cree conveniente señalar los intentos de esta industria para formar una estrategia competitiva integral, no sólo para el territorio español, sino para todo el mercado internacional en el que se oferta este producto. Aunque los gremios de esta industria ejecutaron ejercicios individuales de planeación estratégica, es indudable que los mismos también deben apuntar hacia la planificación conjunta y coordinada con otros gremios u actores del clister con el objetivo de no encontrar obstáculos a futuro. Tal como se describe en la primera parte de este trabajo de investigación, la industria de conservas de atún supo sobresalir frente a condiciones externas que determinaron su entorno, facilitando una serie de estrategias que le otorgan ciertas ventajas competitivas las cuales se detallan de forma breve a continuación (Anastacio, Velasco, & Prieto, 2015: 20).

La primera de estas, no explícita pero evidente, es la negociación de preferencias arancelarias y el real acceso al mercado exterior. Estados Unidos y la Unión Europea con su apertura y crecimiento a lo largo de los años, tuvieron en la industria un actor elemental, el cual trabajó en conjunto con



autoridades gubernamentales en busca de preferencias y acuerdos de acceso a dichos mercados. Tanto en las negociaciones de la ATPDEA, como en el Sistema General de Preferencias Plus de la Unión Europea, la industria atunera desempeñó un papel esencial al acompañar misiones en el extranjero y facilitar así el contacto con las contrapartes de los países en la negociación. En el mismo contexto, otra de las ventajas por la que se apuesta para mantener primacía sobre el acceso comercial es la calidad diferenciadora del producto ecuatoriano. Las características físicas y organolépticas del atún capturado para su posterior transformación es una fortaleza destacada dentro de la estrategia de su comercialización, pues existe un reconocimiento de los consumidores por dicha calidad. No obstante, la limitación de esta ventaja competitiva para hacerla sustentable se encuentra en la condición vigente del mercado, el cual parecería estar orientada hacia la oferta de precio, más que de la calidad. Al considerar este factor, el desarrollo de una marca país busca consolidarse alrededor de una estrategia que abarque el consenso de gremios y entidades del sector público, sin embargo ante las dificultades de coordinación ya mencionadas, la misma se vió impedida. Una última estrategia convertida en ventaja, es la (informal) adoptada por ciertas empresas, la cual liga la distribución del producto hacia el país de origen de donde proviene el flujo de capital. En efecto, y como sucede en el caso de varias empresas conserveras ecuatorianas con inversión española, las conexiones de los inversionistas en sus mercados de origen facilitan en una relevante medida, la demanda y distribución del producto ecuatoriano hacia el mismo o varios mercados (Anastacio, Velasco, & Prieto, 2015: 21).

Aunque existen retos fundamentales a superar en la industria de las conservas de atún en general, las exportaciones ecuatorianas de este producto hacia territorio español manifestó un crecimiento relevante desde el año 2007, convirtiéndolo en su socio más relevante en este rubro y estableciéndolo como un actor clave hacia la cadena de suministro internacional, hecho que se piensa debe ser explotado para conservar relevancia y sustentabilidad en el futuro.

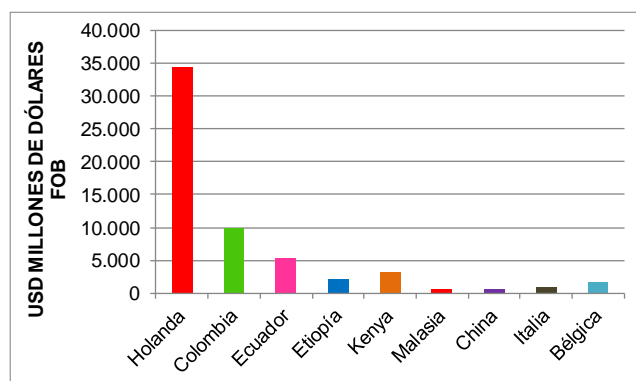
## 2.2.2. Análisis de la exportación de “Rosas” en el mercado estadounidense

### INFORMACIÓN DEL MERCADO Y PERFIL DEL CONSUMIDOR

En la actualidad, las rosas ecuatorianas se constituyen como un producto que aportó ingresos notables en el sector productivo del país, siendo considerado como un jugador clave dentro de los productos No Tradicionales al generar un porcentaje significativo dentro de su pastel de exportación y crear numerosas fuentes de trabajo en todo nivel. Debido al perpetuo incremento en sus rubros de exportación, su crecimiento en mercados internacionales en años recientes, y su posicionamiento gracias a sus características de calidad, variedad y versatilidad, se cree relevante exponer las características de su mercado más relevante, con el fin de entender su real contribución al Crecimiento Económico sustentable ecuatoriano (Vera, Céspedes, & Salas, 2011: 02). En este sentido, si se examina en primer lugar a los países productores de “Rosas” (sub partida 06.03.11.00.00) más destacados a nivel mundial, se revela que durante el período 2007-2014, Holanda, Ecuador, Etiopía, Kenia y Colombia despiden por su posicionamiento en la exportación de este producto, manteniendo un crecimiento constante en sus ventas durante el período analizado (Ver Gráfico 36). No obstante, el punto que más se destaca de este antecedente, es que Ecuador sostiene por varios años la tercera plaza en este panorama de exportación global. Esto es relevante medida debido a su apuntalamiento en la exportación hacia mercados tradicionales (Estados Unidos) y el descubrimiento de otros en crecimiento (Rusia), desarrollo que se reitera una vez más, está apoyado en alta calidad de la rosa ecuatoriana (Acosta Puga, 2014: 28).

#### GRÁFICO 36

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE ROSAS. SUB PARTIDA 0603110000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014

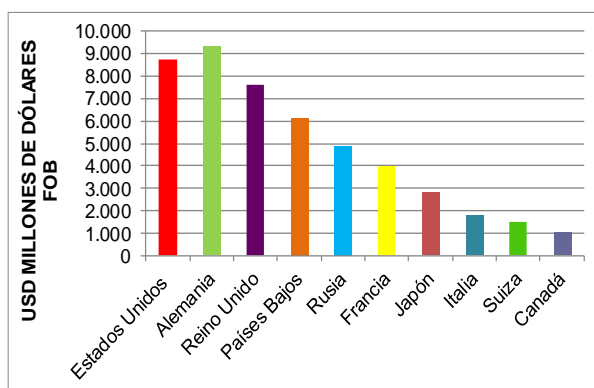


Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

En el mismo contexto, como se observa en el Gráfico 37, Estados Unidos se mantiene como el principal destino de la oferta exportable mundial de rosas. No obstante, el posicionamiento de Alemania en el segundo lugar, con un crecimiento aproximado del 14% en sus importaciones en los últimos cinco años, y la demanda acelerada del Reino Unido y Rusia, siguen de cerca la nación norte americana, cuyo relevante mercado de compradores, apalanca el consumo notable de este producto. Se considera también sustancial destacar el hecho que Holanda aparece en este Top 10 de principales importadores a nivel mundial, circunstancia que (como en el caso de las conservas de atún que se menciona en el sub capítulo anterior) ocurre por un lado debido a su demanda insatisfecha la cual obliga a importar el producto del exterior, y por otro a la compra del mismo en calidad de materia prima, la cual se vuelve a transformar para ser comercializada en otras presentaciones o formas (Acosta Puga, 2014: 29).

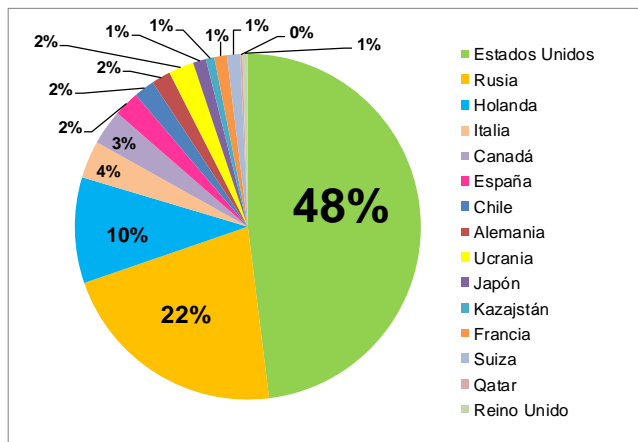
**GRÁFICO 37**  
**PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE ROSAS. SUB PARTIDA**  
**0603110000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014**



Fuente: TRADEMAP  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

De esta forma, el antecedente que se presenta en el párrafo anterior se reitera para el caso ecuatoriano. Estados Unidos se constituye como el principal mercado de la exportación de rosas en el país, con un 48% de participación promedio durante el período 2007-2014. A este, le siguen en importancia: Rusia, Holanda, Italia, Canadá y España con el 22%, 10%, 4%, 3%, y 2% respectivamente. El resto del mundo cuenta con un poco más del 20% (Ver Gráfico 38) (Redacción Red El Emprendedor, 2013: 01).

**GRÁFICO 38**  
**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS DESTINOS MÁS RELEVANTES DE**  
**LAS EXPORTACIONES DE ROSAS ECUATORIANAS. SUB PARTIDA**  
**0603110000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Así, el mercado estadounidense se perfila como el destino más trascendental para este producto en los últimos siete años. Sus consumidores se caracterizan por considerar factores y tendencias que cambian de manera conjunta con las exigencias y gustos de los compradores locales, siendo sellos de calidad, certificados de origen, ambientales y de protección al trabajador los más relevantes. En el mismo contexto, de acuerdo al último estudio realizado por el Departamento de Floricultura de Estados Unidos en el 2012, se establece que California es el productor local más relevante de rosas en este país, seguido de Oregón, los cuales generan un aproximado de 1.100.000 tallos de rosas en volumen de venta, los cuales son comercializados en el mercado específico estadounidense entre USD 0.48 y 0.62 centavos. En el mismo informe se expone también que el consumo per cápita de flores está estimado en USD 29 dólares, de los cuales las rosas aportan con un 30% y cuyo consumo por individuo es de 4,67 tallos. Además, pese a que no existe un punto concentrado donde la demanda de rosas sea más profunda, en estos estudios se señala que la penetración de dicho producto es más significativa en consumidores de ciudades con un ingreso económico alto (por ejemplo la ciudad de Chicago) (PRO ECUADOR, 2013: 05).

En general, la distribución de las rosas es ventajosa en la mayoría de los canales de ventas de Estados Unidos. Tiendas, farmacias y supermercados tienen predilección por este producto, en donde también se destaca que 21%

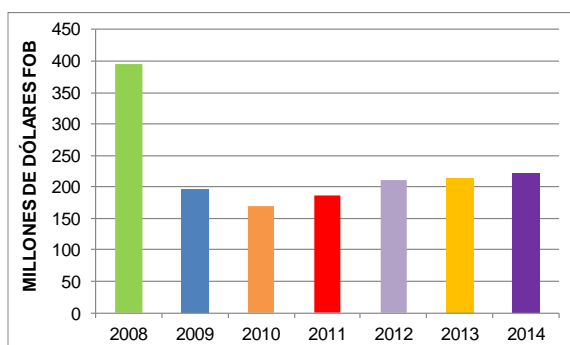
de la venta de las mismas es realizada en floristerías y el 50% en cadenas de supermercados, en los cuales las dos terceras partes de las ventas realizadas de este producto son destinadas para regalos. Además, en información recogida por el IAMA sobre el consumo de rosas en territorio norteamericano, se enfatiza que existen tres factores claves que actúan en la compra y por ende influyen en los niveles de exportación desde Ecuador. El primero es el económico, entendido por los ingresos del consumidor o el precio del producto. El segundo señala al factor controlado, el cual hace referencia a la percepción de las rosas ecuatorianas en términos de promociones e innovaciones. Por último se reseña al factor temporada (el más relevante de los que se mencionan), bajo el cual se muestra que la demanda de rosas se acrecienta durante fechas como San Valentín y el Día de las Madres y cuyo efecto influye de manera directa sobre el consumo de las mismas (PRO ECUADOR, 2013: 06).

## COMERCIO EXTERIOR

La exportación del rubro de rosas hacia Estados Unidos pese a un inicio alentador en el 2008, se fue reduciendo hasta el último año de análisis de este periodo. Aquí, las cifras pasaron de los USD 396 millones en el año 2008, hasta los USD 223 millones en el 2014, una disminución del 43%. El pico más alto desde entonces se registra en el mismo 2014, en donde las cifras de exportación para ese año exhibieron un aumento del 3,6% con referencia al 2013 (USD 215 millones). El 2009 y 2010 son años de cifras de forma notable bajas en relación a los demás, hechos ocurridos de manera principal y como se describe de manera previa, a la crisis global que afectó el poder de consumo de este y otros bienes considerados no indispensables para la canasta básica norteamericana (Ver Gráfico 39) (PRO ECUADOR, 2013: 09). Se piensa relevante también señalar que la entrada agresiva y posicionamiento de Colombia en este rubro (desde hace más de una década) causó que parte del territorio de la rosa ecuatoriana sea desplazada por el producto de este país, al punto de posicionarlo como su proveedor de rosas número en el mercado de Estados Unidos. Si se establece un contraste, al tomar como referencia el año de menor valor por exportación en este rubro (2010), se observa que mientras Colombia logró exportar USD 281 millones, Ecuador apenas registró USD 169 millones, una diferencia notable del 67%. No obstante, Ecuador consiguió consolidarse como segundo proveedor en importancia para este mercado,

hecho que continúa otorgándole una ventaja sobre competidores pujantes como los asiáticos y africanos (Escandón, 2010: 26).

**GRÁFICO 39**  
**EVOLUCIÓN ANUAL DE EXPORTACIONES DE ROSAS HACIA ESTADOS UNIDOS. SUB PARTIDA 0603110000. VALOR TOTAL FOB PERÍODO 2008-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Por otro lado, si se considera a las cifras de exportación en términos de volumen, se aprecia que proporcional al caso de los valores en términos monetarios, el tonelaje también se muestra decreciente a partir del año 2008, siendo este el pico más alto del período analizado. Para el 2012 la cantidad de rosas exportadas se vio disminuida cerca del 60% a razón de las causas que se mencionan párrafos anteriores (Ver Tabla 15). En el contexto de precios, se precisa destacar que aunque existe una opción para el importador estadounidense en el cual se comercializa 25 rosas en un dólar y medio (USD 1,50) los precios por tallo en este mercado fluctúan entre USD 0,31 y USD 0,50 centavos por centímetro de tallo, esto también de acuerdo a la calidad, presentación, largo del tallo y otras características distintivas (Ávila Castro, 2015: 38). Además, de acuerdo a información de la Oficina Comercial de Ecuador en Miami (2013), dentro de las empresas que sobresalen en la comercialización de este producto destacan: Doral Flowers, Coproflor, Far East Orchid, Mercado de Ternes, entre otras.

**TABLA 15**  
**EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE ROSAS HACIA**  
**ESTADOS UNIDOS. SUB PARTIDA 0603110000. PERÍODO 2008-2012**

AÑO	Volumen (TM)
2008	81.076
2009	36.281
2010	31.415
2011	34.112
2012	32.196

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## **RÉGIMEN ARANCELARIO, NORMAS DE IMPORTACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO**

Los importadores de flores más relevantes a nivel mundial, imponen una tarifa o arancel general del 0% en la entrada de orquídeas, crisantemos, claveles, rosas y otras flores ecuatorianas consideradas No Tradicionales (Rusia, Canadá, y Suiza son algunas de las excepciones relevantes para el país, en donde se registran tasas de entrada de hasta el 40%). Esta ausencia de sobreprecio que beneficia al exportador local, rigió en el mercado de los Estados Unidos hasta el año 2012, país en el cual de acuerdo a información recogida por el CCI y el Market Access Map (2014), se manejaba bajo un arancel del 0.00%. Sin embargo, después de la ausencia de las preferencias arancelarias otorgadas por el ATPDEA, todas las flores (incluidas las rosas) pagan un arancel del 6,80% para ingresar en territorio norteamericano (Ver Tabla 16).

Este hecho, se considera necesario contrastarlo al momento de analizar las cargas del principal competidor del país en este rubro, con lo cual se exterioriza que una vez más Colombia posee una ventaja (en ese caso arancelaria) sobre Ecuador, pues sus acuerdos comerciales le permiten aprovechar de un arancel del 0% en este mercado u otros como el de Canadá o Kazajistán, los cuales sí imponen al exportador ecuatoriano tarifas de entre el 10% y 20%. Además, y como se menciona en el caso de las conservas de atún, se requieren algunos requerimientos adicionales para la importación de rosas en mercado estadounidense, entre los cuales se destacan como prioritarios el permiso para importar flores del APHIS (The Animal and Plant Health Inspection Service), el cual en conjunto con el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos avala la compra de flores por parte del

comprador, y la aprobación fitosanitaria obligatoria del exportador, la cual certifica que Ecuador validó las rosas antes de dejar territorio ecuatoriano, legitimando que cumplen con todas las normas de importación norteamericanas y que están libres de plagas o enfermedades. Dentro de estas regulaciones, se destaca que tanto el empaquetado, la codificación o la entrega hacia los diferentes canales de distribución, no poseen una regulación específica, y se ejecuta a criterio del exportador y su cliente (PRO ECUADOR, 2013: 03-05).

**TABLA 16**  
**BARRERAS ARANCELARIAS Y ACUERDOS COMERCIALES ENTRE**  
**ESTADOS UNIDOS Y ECUADOR DEL PRODUCTO “ROSAS”**  
**CORRESPONDIENTE A LA SUBPARTIDA 0603110000**

<b>Código del producto</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Descripción Régimen Comercial</b>	<b>Tarifa Aplicada</b>	<b>Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)</b>
<b>603110000</b>	Rosas frescas, cortadas	Régimen Nación más Favorecida (NMF)	6,80%	6,80%

Fuente: Market Access Map. Reporte 2014  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Por otro lado, pese a las diferentes barreras arancelarias y requisitos de exportación para este producto, se considera pertinente exponer los términos de competitividad que le otorgan a las rosas ecuatorianas (tanto en el mercado específico analizado y en general a nivel mundial) una serie de ventajas competitivas que le permiten enfrentar la competencia de competidores externos y estar por encima de otros proveedores relevantes en la comercialización de flores, componente que hace posible el satisfacer la demanda externa, la incursión en nuevos mercados foráneos con volúmenes significativos, y que da lugar a una lenta pero sólida consolidación de empresas nacionales en el panorama internacional (Cevallos Tapia, 2014: 69). Así, dentro de las principales ventajas competitivas de las rosas ecuatorianas, se destacan de manera principal su ubicación geográfica, el costo de producción, la cercanía de Ecuador con Estados Unidos, y la diversidad climatológica. En conjunto, dichas ventajas presentan al país como un lugar favorable para el desarrollo de la floricultura y atractivo para la inversión extranjera (Célleri, 2013: 06).



De esta forma, en primera estancia, la situación geográfica ecuatoriana otorga una diversidad de microclimas y alta luminosidad que proporciona a las rosas características únicas que le otorgan un lugar destacado en las preferencias del consumidor internacional por su calidad, aroma y belleza inigualable. Del lado de la producción, resaltan ventajas relativas a la mano de obra barata y la innovación consecuente en procesos más tecnificados y sofisticados, lo cual facilita el desarrollo productivo, reduciendo los costos de producción. La evolución a las exigentes tendencias de mercado por parte de los departamentos de comercialización de las florícolas ecuatorianas se presenta como otra ventaja a destacar, pues esta se constituye sobre una base de alianza entre productores, la cual procura la inmersión de fincas de pequeña producción en procesos exportadores de grandes florícolas ya consolidadas, permitiendo a los microempresarios acceder a una nueva gama de mercado y a las empresas grandes disminuir el porcentaje de intermediación correspondiente, lo cual conlleva a la venta directa en el mercado de destino final y diversifica la gama de productos ofertados (Célleri, 2013: 06-07).

Bajo este mismo contexto, la integración a nivel gremial se aprovecha como prerrogativa en el intercambio de ideas, las cuales conducen a mejores procesos productivos, logísticos y de comercialización, obteniendo de esta forma una mayor ventaja de competencia en el mercado internacional. Así, no obstante de las ventajas arancelarias de competidores directos como Colombia, o las de ubicación que hace más accesible los costos logísticos (fletes a precios reducidos) de países como Kenia o Etiopía, la rosa ecuatoriana aprovecha su amplia variedad de productos como principal instrumento para aventajar factores a los que le es difícil acceder o replicar (como la reducción de costos). Sin embargo, se considera que el desarrollo de mecanismos de promoción de la alta calidad del producto que se a partir del año 2007 es fundamental para abrir nuevos espacios en el extranjero y seguir consolidando aquellos con en los que este rubro logró posicionarse de manera exitosa (Cilio, 2013: 01).

### **2.2.3. Análisis de la exportación de “Aceite de palma en bruto” en el mercado venezolano**

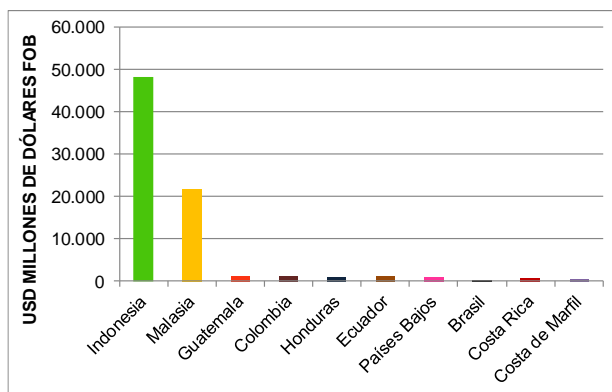
#### **INFORMACIÓN DEL MERCADO Y PERFIL DEL CONSUMIDOR**

En años recientes, Ecuador potencializó el uso de la palma como su aceite vegetal predilecto y en el largo plazo como materia prima para un posible

biocombustible. En la actualidad, el país ocupa el segundo lugar en producción de aceite de palma de forma cruda (bruta) en Latinoamérica, sólo superado por Colombia y destacando por encima de naciones como Brasil y Costa. En el panorama mundial se mantuvo como el sexto país productor de aceite durante más de diez años, consolidándose de esta forma por su participación en la producción tanto de forma internacional como regional, contando con expectativas de un crecimiento mayor en el futuro, que le permitan alcanzar nuevos mercados y ser un bien potencial que aporte de manera destacada en el crecimiento económico ecuatoriano (Potter, 2011: 40).

En este contexto, si se observan los rendimientos a nivel mundial, Indonesia se consolidó como el productor y exportador más relevante de aceite de palma crudo en el mundo. De acuerdo a cifras de FEDAPAL, el país asiático dio un gran salto de producción en apenas cuatro años, pasando de producir cerca de 16 millones de toneladas de aceite crudo en 2007, a sobre los 25 millones en 2014. A esta le sigue Malasia con reportes de producción sobre los 20 millones de toneladas para el mismo año. Así, ambas naciones se posicionan como las más relevantes en este rubro, con una participación en conjunto del 91% del total del mercado. No obstante, pese a la reducida participación para el resto de países productores, Ecuador alcanzó valores constantes en términos de valor exportado, llegando hasta los USD 220.000 en su año de mayor rendimiento (2011), e incluso resaltando en ese mismo año sobre todos los demás fabricantes de aceite crudo, con excepción de los ya mencionados países asiáticos. Se considera destacable de la misma forma reiterar, que como se menciona en el Capítulo I de este trabajo de investigación, el aceite en bruto de palma es el producto de crecimiento constante más destacado del período analizado, lo que lo convierte en un bien con un relevante potencial de explotación aún no aprovechado a plenitud. En el Gráfico 40 se muestran las naciones exportadoras más destacadas de este rubro (Guevara Cárdenas, 2013: 52-53).

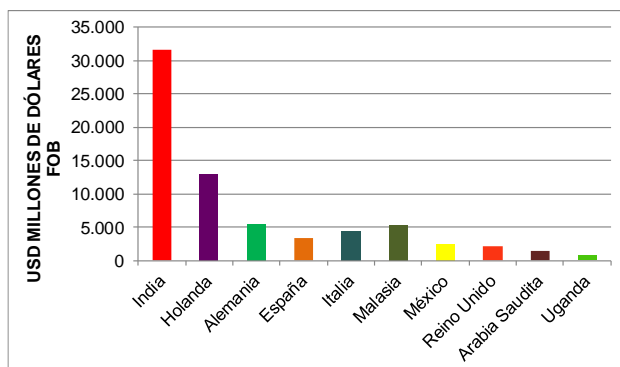
**GRÁFICO 40**  
**PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE ACEITE DE PALMA EN**  
**BRUTO. SUB PARTIDA 1511100000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO**  
**2007-2014**



Fuente: TRADEMAP  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Si se expone la información referente a los países de mayor consumo, se observa que el empleo mundial de aceite crudo de palma se concentra en la India con un 45% del total de las importaciones, y en Europa con un poco más del 35%, distribuido entre Holanda, Alemania, España y el Reino Unido (Ver Gráfico 41). El consumo concentrado del aceite de crudo de palma por parte de estos países se ve reflejado en su creciente uso para biocombustibles y en su aplicación como materia prima para la manufactura de diferentes productos y aplicaciones de uso industrial, químico y de la industria de alimentos (Guevara Cárdenas, 2013: 54). Se piensa necesario señalar que una notable parte de la participación en valores de importación de este producto está sujeta al destino de uso que cada nación le otorga. En el caso de la India (consumido mundial más relevante) cercano al 80% de sus importaciones tienen fines alimenticios (se presenta como sustituto de mantecas y mantequillas), mientras que sólo el 20% se dispone en las demás industrias. Para los países europeos en cambio, su empleo se da en la producción de nuevos combustibles alternos y producción de derivados químicos (European Palm Oil Alliance, 2014: 01).

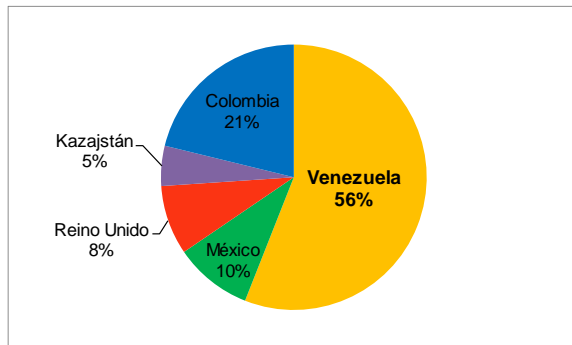
**GRÁFICO 41**  
**PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE ACEITE DE PALMA EN**  
**BRUTO. SUB PARTIDA 1511100000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO**  
**2007-2014**



Fuente: TRADEMAP  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Bajo lo expuesto de manera previa, las exportaciones de aceite de palma crudo en Ecuador aumentaron de manera exponencial desde el año 2007. Pese a que este producto ecuatoriano alcanzó nuevos mercados en el mundo, América se mantuvo como una región preferencial, debido a sus acuerdos comerciales con sus países miembro y el paulatino aunque constante crecimiento de la demanda. Entre ellos destacan: Colombia, Perú, Brasil, México y Estados Unidos, sin embargo el más relevante por un margen notable, y del que se realizará un análisis más detenido en este subcapítulo es Venezuela (Ver Gráfico 42) (Tapia Panamá, 2014: 14-16). Para este país, la producción local de aceite de palma en bruto experimentó un declive notable en los últimos 15 años, producto de la escasa tecnificación de la maquinaria usada en el proceso de extracción de la palma africana, materia prima base en la manufactura de aceite. Según información del estudio más reciente llevado a cabo por la Asociación Venezolana de Extractores de Palma, esto constituyó que la producción nacional se vea disminuida de 50.990 toneladas en el año 2001 a un poco más de 26.000 toneladas en el año 2013, una reducción de casi el 50%. En contraste, las importaciones del mismo se incrementaron en pos de satisfacer la demanda local, aumentando de 10.000 a 60.000 toneladas importadas en el mismo período de tiempo (PRO ECUADOR, 2013: 03).

**GRÁFICO 42**  
**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS DESTINOS MÁS RELEVANTES DE**  
**LAS EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA EN BRUTO. SUB PARTIDA**  
**1511100000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

En este contexto, en la información recogida por la misma fuente se revela que debido a los múltiples productos manufacturados que se producen a partir del aceite crudo (aceites comestibles, productos de higiene, cosméticos, etc.), las zonas de mayor consumo son las zonas urbanas industrializadas, de manera principal las ciudades de Caracas, Maracay, Valencia, Puerto La Cruz, Barquisimeto, Maracaibo, San Cristóbal, y San Felipe. Aquí se concentra el 92% de empresas que adquieren el aceite y luego se encargan de la elaboración de los subproductos ya mencionados, destinándolos de manera directa al consumidor final. Además, se enfatiza que el consumo promedio del aceite crudo de palma se acrecentó en su consumo per cápita, aumentando de 2.71 kg/habitante en el 2008 a 3.00 kg/habitante en el 2013. El consumidor usual de esta manufactura son empresas procesadoras de oleaginosas y también plantas procesadoras y consumidoras de aceites comestibles y cosméticos. Según información de ACUAPALMA existen 12 empresas de este tipo, que adquieren aceite crudo para su procesamiento. Las mismas concentran el 98% de las compras nacionales e internacionales del producto en territorio venezolano. Bajo esta información se resalta que el patrón habitual de compra de este bien es como materia prima, considerada de alta importancia en los sectores químicos, alimenticios, farmacéuticos y de la producción (PRO ECUADOR, 2013: 04-07).

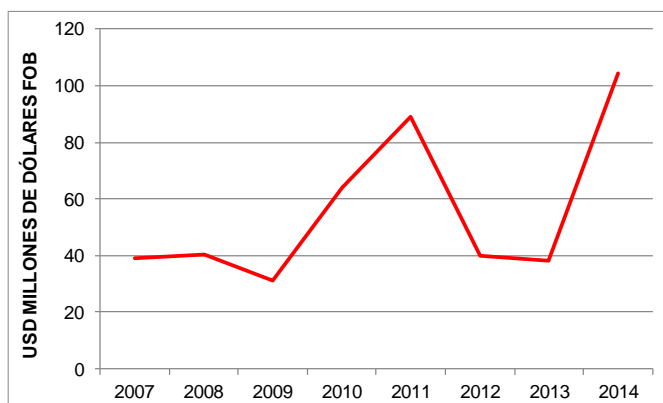
## COMERCIO EXTERIOR

De las exportaciones de aceite de palma en bruto realizadas hasta territorio venezolano desde Ecuador, se señala que a partir el año 2007 estas

presentaron un aumento en sus cifras de exportación cercanas al 160%. Sólo si se contrasta el primer año de análisis de este período, en el cual se registró un valor por USD 39 millones, se expone que este se acrecentó de manera exponencial para el último año (2014) alcanzando los USD 104 millones. Se debe destacar también que aunque los años 2009 y 2013 presentaron cifras de menor valor en términos FOB, arrojando apenas USD 31 y USD 38 millones respectivamente, este impacto se suscitó de manera principal por la mayor participación de otros productos a este mercado, tales como el aceite de palma y sus fracciones (Ver Gráfico 43) (PRO ECUADOR, 2013: 10).

No obstante, de todos los subproductos derivados de la palma africana, sólo el valor de los precios del aceite crudo se desarrolló de manera progresiva durante 5 años consecutivos. Debido a la limitación de la producción local, el aumento de la demanda provocó un incremento de precio del producto ecuatoriano, aumentando en un 105% en el espacio del 2009 al 2013 (Ver Tabla 17). Entre los factores que influyeron en esta mejora de precios se encuentran el aumento de costos para el cultivo de la palma aceitera, costos logísticos y de almacenaje, y la disminución de la capacidad instalada de plantas procesadoras y superficie cultivada en territorio venezolano (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2015: 01).

**GRÁFICO 43**  
EVOLUCIÓN ANUAL DE EXPORTACIONES DE ACEITE DE PALMA EN BRUTO HACIA VENEZUELA. SUB PARTIDA 1511100000. VALOR TOTAL FOB PERÍODO 2008-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**TABLA 17**  
**EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL ACEITE DE PALMA EN BRUTO EN**  
**VENEZUELA. SUB PARTIDA 1511100000. VALOR EN USD POR TONELADA.**  
**PERÍODO 2008-2013**

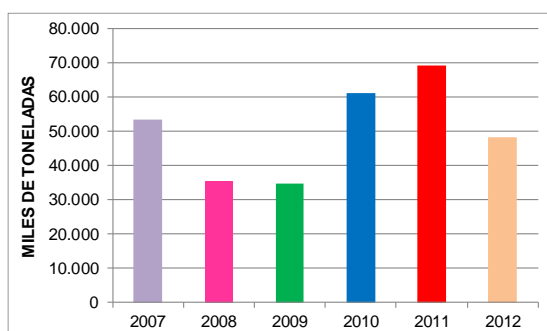
AÑO	Valor por TM
2009	1,082
2010	1,340
2011	1,111
2012	1,175
2013	1,223

Fuente: PRO ECUADOR, en base a información de la Asociación Venezolana de Cultivadores de Palma Aceitera ACUPALMA

Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

En términos de volumen, para el período 2007-2014 se presenta un crecimiento promedio del 23,28%. Como se expone en el Gráfico 44, los picos más altos se registran durante los años 2010 y 2011, donde las exportaciones aumentaron hasta las 61.127 y 69.332 toneladas respectivamente, un crecimiento relevante si se considera que en el 2009 las mismas no superaban las 35.400 toneladas. El trabajo de Asociaciones y agencias tanto públicas como privadas en el sector industrial de grasas y aceites en este mercado vecino (como el caso de la Asociación Ecuatoriana de Extractores de Palma y sus Derivados), se convirtió en una base fundamental para aumentar la cifra de exportación hacia Venezuela, acrecentando en consecuencia el ingreso de divisas por las mismas (Ministerio de Comercio Exterior de Ecuador, 2014: 01).

**GRÁFICO 44**  
**EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE ACEITE DE PALMA EN**  
**BRUTO EN VENEZUELA. SUB PARTIDA 1511100000. PERÍODO 2007-2012**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## RÉGIMEN ARANCELARIO, NORMAS DE IMPORTACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO

Dentro del marco del régimen arancelario que rige para la Comunidad Andina de Naciones, este rubro y los demás productos de importación originarios de su países miembro (Colombia, Perú, Ecuador y Bolivia) están libres de pagos arancelarios. No obstante se piensa relevante resaltar que de acuerdo a datos de la Guía de Arancel de Aduanas de Venezuela, para este producto en específico se presenta un gravamen en calidad de derecho aduanero ad-valorem del 20% (Ver Tabla 18) (2014). Además, es imprescindible cumplir con una serie de cánones y requisitos técnicos sugeridos por el “National Institute of Oliseed Products” y la “Seeds and Fats Associations LTD”, los cuales fueron adoptados por la mayoría de países productores de aceite de palma, y que impulsan normas técnicas en términos de acidez, porcentaje de humedad, impurezas y otros aspectos indispensables para la garantía de calidad en la exportación de este rubro (Callay, 2010: 86).

En este contexto, se considera necesario recalcar que las empresas capaces de manufacturar un aceite crudo de esta calidad son limitadas. Aunque como en el caso de los productos mencionados de manera previa, las mismas son alimentadas por productores y gremios más pequeños, cinco empresas principales constituyen la concentración más relevante en la comercialización de este producto hacia Venezuela: Comercializadora Internacional Ciecopalma, considerada la exportadora más relevante de exportaciones de aceite de palma y grasas vegetales con un 40% de participación, seguidas de Industrias La Fabril con un 17%, Epacem y Danec con un 10%, Industrias Ales con el 7% y otras exportadoras y productoras independientes como ADM Ecuador, Palesema y otras con el 16% (Ponce Litardo & Zambrano Freire, 2014: 22-23).



**TABLA 18**  
**BARRERAS ARANCELARIAS Y ACUERDOS COMERCIALES ENTRE**  
**VENEZUELA Y ECUADOR DEL PRODUCTO “ACEITE DE PALMA EN**  
**BRUTO” CORRESPONDIENTE A LA SUBPARTIDA 1511100000**

Código del producto	Descripción del producto	Descripción Régimen Comercial	Arancel Aplicado (convertido)	Equivalente Tarifa del Total Ad Valorem (estimado)
1511100000	Aceite de palma y sus fracciones incluso refinado pero sin modificar químicamente: Aceite en bruto	<b>Régimen Nación más Favorecida (NMF)</b>	Arancel Aplicado Dentro del Contingente: <b>40.00%</b>	Arancel Aplicado Dentro del Contingente: <b>40.00%</b>
			Arancel Aplicado Fuera del Contingente: <b>20.00%</b>	Arancel Aplicado Fuera del Contingente: <b>20.00%</b>
		<b>Tarifa preferencial para países de la CAN</b>	0%	0%

Fuente: Market Access Map. Reporte 2014  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Así, en el marco de producción de aceite crudo de palma de alta calidad, se piensa relevante exponer el otro lado de las características naturales y de valor agregado que diferencian al producto ecuatoriano de sus principales competidores asiáticos y sudamericanos. De estas, la capacidad de abastecer al mercado venezolano con aceite de primera calidad se cree en principio, es la más relevante de todas. Las sofisticadas técnicas y nuevos procesos implementados, forja un producto final con una alta cantidad de compuestos considerados productivos. Por otro lado, la producción constante y notable rendimiento por hectárea cultivada de la planta de palma aceitera cultivada en tierra ecuatoriana durante todo el año, suscita un crecimiento firme del rendimiento de aceite durante el mismo período de tiempo, reduciendo de forma significativa costos de producción, en comparación a regiones contendientes las cuales experimentan un clima muchas veces impredecible y cuya producción de aceite es por lo tanto incierta, pues está ligada al volumen de cosecha derivado (Muternt, 2013: 03).

Además, el acceso logístico a todos los países del continente debido a su relativa cercanía y facilidad de transporte entre fronteras, la ubicación estratégica de plantas industriales, la existencia de un mapa de zonificación para los cultivos que excluyen todas las áreas protegidas por el país, la generación de investigación permanente en busca de mejores rendimientos, y los precios atractivos generados por estas dichas ventajas, convierten al aceite de palma ecuatoriana en un producto con características que se diferencian en

extremo de sus competidores, explicando su desarrollo constante en el tiempo (Ponce Litardo & Zambrano Freire, 2014: 24-25).

En un entorno globalizado, la competitividad de los sectores productivos se vuelve de relativa importancia para alcanzar un crecimiento económico sostenible en términos económicos y de desarrollo. De esta forma, se puede apreciar que el perfeccionamiento de este producto cuenta con un notable legado en varias áreas productivas, convirtiéndolo en un género el cual debe continuar siendo aprovechado de forma adecuada como una de las ofertas de exportación principal, no sólo en territorio venezolano, si no en todas los países y nuevos mercados que lo consideran sustituible con dificultad para una amplia producción de otras manufacturas.

#### **2.2.4. Análisis de la exportación de “Harina de pescado” en el mercado chino**

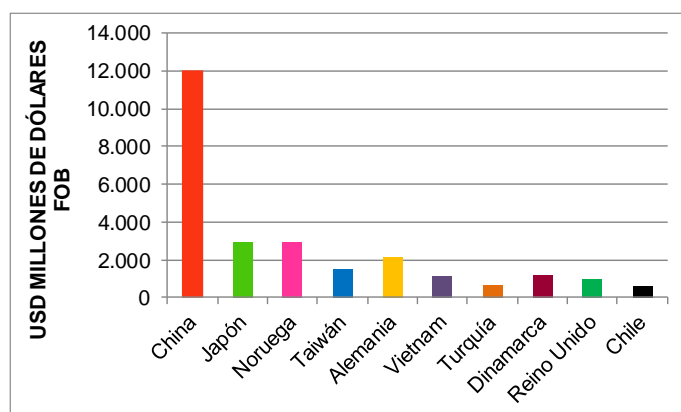
##### **INFORMACIÓN DEL MERCADO Y PERFIL DEL CONSUMIDOR**

Desde el año 2007 la comercialización de harina de pescado hacia el mundo aumentó de forma notable, alcanzando a representar casi el 50% de participación en el total de las exportaciones del sector pesquero. De acuerdo a información recogida por la FAO en su informe “Fishmeal and fish oil” (2014: 01), en países africanos de gran consumo histórico de productos de mar como Gabón, Sudáfrica, Liberia, Nigeria y Malawi se evidencia un decremento en las importaciones de estos rubros, mientras que de forma paralela en regiones del Asia oriental y el sudeste asiático, rubros como la harina producida desde la pesca viva se acrecentó de forma significativa, cifras que sin embargo tienen una relevancia destacada en un país en particular: China.

Además, y pese a al incremento en la compra de varios productos derivados, el consumo de harina de pescado se extendió a gran escala en esta nación, con una participación del 47% en las importaciones mundiales totales durante el período 2007-2014, y llegando a superar en más de 600 millones de dólares por valores FOB de importación al segundo consumidor en el mundo, Japón. Este incremento en el consumo está dado tanto en la gran escala de producción de años recientes, como en el aumento en el registro de riqueza e ingresos nacionales de ciudadanos chinos, lo que trajo diversificación en el uso de productos de mar, de manera particular por el lado de la harina. No es menos relevante el mencionar que el cuadro de participación en la importación

de este bien lo completan Europa con una participación del 30% distribuido en Noruega, Alemania, Turquía y el Reino Unido, Taiwán en la región asiática con un 6%, y por último Chile en el continente sudamericano con menos del 3% (Ver Gráfico 45).

**GRÁFICO 45**  
PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE HARINA DE PESCADO. SUB  
PARTIDA 2301201000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014

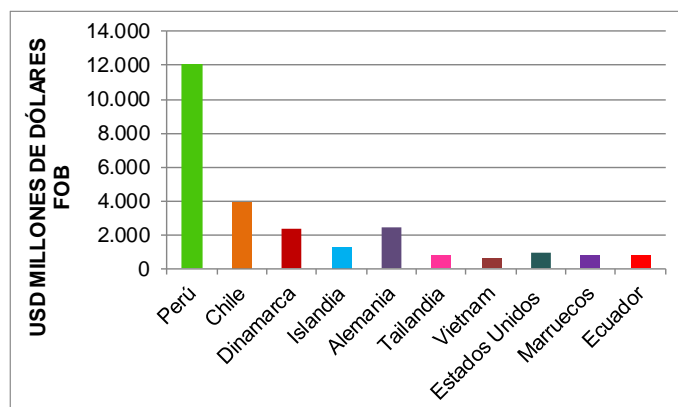


Fuente: TRADEMAP  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

En este contexto, en el panorama de los principales exportadores, durante el mismo período de siete años, Perú se consolidó con los mayores valores en términos de comercio de harina de pescado hacia el mundo, convirtiéndose en pionero exportador de este producto al contar con una participación total del 47,3% a nivel global y con China como su mayor comprador al adquirir el 66% de su producción total, de acuerdo a reportes del informe mencionado en el párrafo anterior (Ver Gráfico 46). En contraste con Ecuador que se ubica como el décimo proveedor mundial con apenas el 4%, Perú y otras regiones de Europa y Asia como Alemania, Islandia o Tailandia cuentan con una mayor capacidad de oferta significativa. No obstante, al ser un producto con casi nulos sustitutos en la industria, las exportaciones ecuatorianas hacia el mercado internacional en este producto tomaron fuerza, siendo la misma nación china, Japón, Colombia, Australia y Venezuela sus principales consumidores (Zambrano Ron, 2014: 20-21). En el informe “El Estado Mundial de la Pesca y la Acuicultura” (2012), se registra que una de las razones del crecimiento constante de este tipo de exportaciones desde Ecuador, están dadas por la ralentización en la producción de ofertantes desarrollados (como el caso de Dinamarca o Noruega), el acelerado consumo interno que lleva a una búsqueda de proveedores internacionales con

productos de calidad como en el caso ecuatoriano, y las exigencias particulares del consumidor chino, el cual prefiere un producto derivado de una gama más amplia de materia prima, es decir una mayor variedad de peces vivos.

**GRÁFICO 46**  
**PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE HARINA DE PESCADO. SUB**  
**PARTIDA 2301201000. VALORES TOTALES FOB PERÍODO 2007-2014**



Fuente: TRADEMAP  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

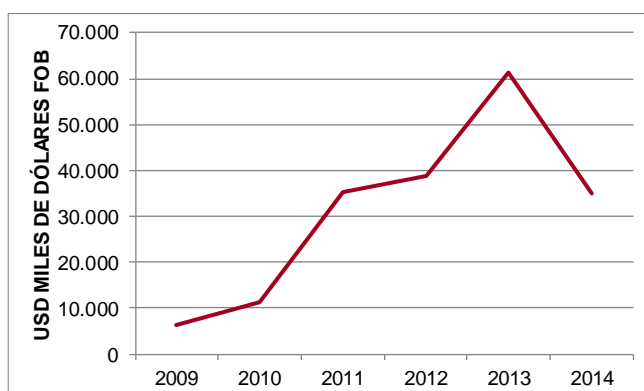
## COMERCIO EXTERIOR

Como se menciona de manera previa, China es el principal destino comercial de Ecuador en el rubro de harina de pescado, alcanzando una participación del 39% del total de exportaciones. A este le siguen Japón, Colombia, Australia, Venezuela y Taiwán con el 33%, 16%, 6%, 4%, y 2% respectivamente. Así, pese al reto que conlleva para el país ingresar un producto en el mercado chino debido a barreras logísticas y estándares de calidad exigentes, y el hecho de ser considerado aún como un proveedor joven (las primeras empresas dedicadas a la mercantilización de procesados de pescado en el país aparecieron a finales de los años ochenta), el dinamismo reciente de esta industria originó que las exportaciones de este producto se multiplicaran de forma significativa (Redacción Diario La Hora, 2012: 01), aumentando desde los USD 11 millones en el 2009 hasta los USD 35 millones en el 2014, un incremento del 214%. Para el 2013 se registró el año más productivo en exportaciones con el país asiático, alcanzando los USD 61 millones (Ver Gráfico 47).

Este incremento exponencial, está dado de manera principal por el ingreso del pez jurel y de la anchoveta, especies no usuales en aguas

ecuatorianas, pero claves en la elaboración de este producto. Otro de los factores que influye en este crecimiento en el mercado chino es la gran importancia que la harina tiene en la cadena productiva de este país, pues uso está ligado en gran dimensión a la producción de otras especies de consumo o de procesamiento, tales como el ganado porcino, la tilapia, el camarón, entre otros. Además, la consolidación de esta industria se logró debido a la depuración natural tanto de flotas como de fábricas, lo que permite concentrar toda la producción en una sola plataforma de fábricas que satisface la demanda asiática. Por último otro factor no menor, es la demanda cada vez más significativa dada de manera principal por el relevante crecimiento económico a todo nivel experimentado por China en desde el año 2007 (PRO ECUADOR, 2012: 01).

**GRÁFICO 47**  
**EVOLUCIÓN ANUAL DE EXPORTACIONES DE HARINA DE PESCADO HACIA CHINA. SUB PARTIDA 2301201000. VALOR TOTAL FOB PERÍODO 2009-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Por otro lado en términos de volúmenes de exportación, las cifras se dispararon a su nivel más alto en el 2013, registrando un total de 41.777 TM hacia China. No obstante no es el crecimiento más significativo, pues de apenas 6.602 TM que se registraron en el 2009 para el año 2010 estas aumentaron hasta las 22.231 TM, un crecimiento del 237% (Ver Tabla 19). Este aumento, también está ligado a los precios spot de este producto, los cuales alcanzaron USD 2.390 por TM en el 2014, un 144% que a finales del 2013, año en el cual se cerró con un precio de USD 1.430 por TM. De esto se puede apreciar que países líderes en la exportación como Perú y Chile al continuar encareciendo el precio promedio mundial de la harina de pescado, permitieron a China diversificar el origen de sus importaciones, en donde proveedores

como Ecuador y Vietnam son considerados por su tendencia de oferta abaratada (PRO ECUADOR, 2015: 01).

TABLA 19  
EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DE LA HARINA DE PESCADO HACIA CHINA. SUB PARTIDA 2301201000. PERÍODO 2009-2013

AÑO	TM
2009	6.602
2010	6.865
2011	22.231
2012	27.422
2013	41.777

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## RÉGIMEN ARANCELARIO, NORMAS DE IMPORTACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO

Se considera relevante empezar señalando que China aplica una tarifa del 2.00% a las importaciones bajo la sub partida 23012010 procedentes del país como se muestra en la Tabla 9. (Servicio de Asesoría al Exportador PRO ECUADOR, 2013: 04). Perú el principal competidor a nivel mundial, y Chile el más relevante proveedor sudamericano después de este, se benefician de una tarifa preferencial del 0.20% por sus Tratados de Libre Comercio con este país. No obstante, la harina de pescado manufacturada en el Ecuador cuenta con una serie de fortalezas que le entregan varias ventajas competitivas que le van a continuar permitiendo consolidarse como un proveedor destacado, y ante los múltiples cambios de entorno de sus competidores, cubrir una parte más relevante del mercado chino.

En principio, una de las ventajas más significativas es que se cuenta con una variedad relevante de especies marinas para la producción de la harina de pescado, lo que permite seleccionar materia prima de alta calidad que a su vez produce un sub producto de altas características que se rige a estándares de calidad internacional. La ubicación de los tres puertos marítimos en sectores estratégicos en donde se ejecuta la producción y actividad acuicola es otra de los beneficios esenciales que se analizan, pues a diferencia de los proveedores más grandes, la transportación del producto se facilita y es reducida en costos. Por último, la constante demanda de este mercado, y la consolidación de Ecuador como tercer proveedor a nivel sudamericano, lo

convierte en un participante adecuado para acceder a nuevos mercados asiáticos, explotando nuevas fronteras de comercialización y explotar de forma eficaz este sector productivo (Tramontana & Aragundi, 2014: 32-36).

Se considera pertinente exponer también que bajo apuntalamientos recientes de la teoría del Crecimiento Económico, ampliados por la CEPAL en su publicación “Una nueva visita a la teoría del desarrollo económico” (2008: 26), se considera la comercialización de un producto en extremo sostenible y efectiva, cuando esta deja a su paso implicaciones de crecimiento no sólo en términos mercantiles, sino también cuando al explotarlo de forma adecuada se edifica una base de desarrollo tecnológico, investigativo, formativo y de generación de empleo. En este sentido, el relevante salto de y constante crecimiento promedio industria de la harina de pescado dentro de las exportaciones No Tradicionales, hablan de un producto en el que se debe enfocar esfuerzos públicos y privados en pos de una industria sólida y real emprendimiento.

### **2.3. Competidores mundiales o regionales de las exportaciones ecuatorianas**

El panorama existente de Ecuador en el mercado internacional se caracteriza por la existencia una intensa competencia. El país comercializa sus productos hacia los principales puntos del comercio internacional del mundo, regionales e intraregionales como Estados Unidos, los miembros de la Unión Europea, Rusia, etc. Esto en principio, el concentrar comercio sólo en determinados mercados se muestra como una desventaja, pues al no contar con preferencias arancelarias como la de otros competidores internacionales se expone al riesgo de una menor demanda de sus productos de exportación. No obstante, como se menciona en párrafos previos, la demanda no sólo está basada en factores externos, sino en los gustos y preferencias de un consumidor. En este sentido, la alternativa que se presenta para expansión de la matriz de exportaciones ecuatoriana radica en acceder a nuevos nichos de mercado a por la vía de la calidad (Báez, 2014: 01). En este sentido, se cree de vital importancia el realizar una exploración de los principales exportadores de los productos sujetos de análisis en este Trabajo de Investigación, con el fin de conocer su relevancia en el comercio mundial, así como su panorama y características propias, logrando que se produzca un mejor entendimiento de su elevado posicionamiento en el escenario global.

### **2.3.1. Exploración de principales competidores para productos seleccionados**

#### **ATÚN EN CONSERVA: TAILANDIA**

Desde 1980, Tailandia se constituyó como el mayor proveedor mundial de conservas de atún en el mundo. Pese que para esta nación la industria de los productos de mar se convirtió en una vía de desarrollo constante para otras industrias sin valor agregado como la agrícola u otras productoras de materia prima (tanto doméstica como importada), la manufactura del atún en conserva se transformó en la piedra angular de su exportación de enlatados, representando cerca del 90% de sus ingresos en esta industria (Clarke, 2015: 03). No obstante, se considera necesario señalar, que como se analiza en párrafos previos, la elaboración de conservas de atún atraviesa un periodo de cambio a nivel mundial, con una gran influencia de la Unión Europea, la cual aporta en una demanda progresiva de consumidores los cuales buscan conservas marinas provenientes de un ambiente marino sostenible. Esto causó la movilización de los diferentes actores de este sector en la búsqueda de acciones que controlen el manejo indiscriminado y la explotación descontrolada de este recurso, sin dejar de tomar en cuenta la aumentada demanda de nuevos mercados a nivel mundial (PRO ECUADOR, 2014: 38). En este sentido, y con la base crítica de sostenibilidad para el Crecimiento Económico desarrollado por la CEPAL a lo largo de los últimos 20 años, se vuelve indispensable plantear si la industria de las conservas de atún en Tailandia es sostenible en el mediano y corto plazo, y si su superioridad de participación en el panorama mundial de exportaciones puede acortarse de a poco en el futuro frente a su principal competidor, Ecuador.

Se piensa que en principio la respuesta a esta interrogante se ata en gran medida a cuan eficiente procesadores de conservas de atún tailandeses, la industria pesquera, el gobierno de ese país, y otras organizaciones privadas afronten las dificultades y un entorno cambiante. Bajo la información recogida por un estudio doctoral en filosofía llevado a cabo en la Universidad de Newcastle, se muestra que aunque Tailandia aún cuenta con ventajas comparativas y competitivas frente a sus principales competidores extranjeros en términos de capacidad de producción, alta calidad de producto, bajos costos laborales, y plantas y fábricas procesadoras dotadas de alta tecnología y buena infraestructura, su industria de conservas atuneras no fue desarrollada de forma sostenible en otras tres dimensiones clave. La primera hace referencia a



la sobrepesca de este país en pos de satisfacer su creciente demanda a lo largo de más de veinte años (Supogpan Kuldilok, 2009: 209). La sobreexplotación del atún vivo, uno de sus principales recursos animales, por un período tan prolongado de tiempo desembocó en una debilitación paulatina de su principal materia prima para la industria procesadora. Así, la extensión pesquera sin límite en búsqueda de mantener un stock adecuado que satisfaga la demanda, impulsaron una serie de regulaciones y ordenanzas (políticas de pesca, cierre de temporadas, cuotas, licencias y prohibiciones de uso de ciertos métodos de captura) que podrían limitar de una manera agresiva la captura del atún y por ende oferta de este producto (Nuñez, 2012: 07).

En la segunda dimensión y tercera dimensión se expone que la industria conservera de atún tailandesa no es sostenible en términos económicos frente a la competitividad internacional de otros países ofertantes del mismo producto, debido a la incertidumbre del entorno el cual afecta en el desempeño de productores y su capacidad de competir. Algunas condiciones del mercado no rentables, en adición a ventajas comparativas basadas en salarios bajos, son poco llevaderas, pues incrementa la competencia dentro del propio mercado interno y abarata costos de venta. Ante este panorama, una solución se hallaría en el impulso de más flotas pesqueras nacionales para concentrar la pesca de atún vivo, sin embargo Tailandia carece de operaciones pesqueras con potencial que no busquen una remuneración económica relevante, consecuencia del poco financiamiento en su economía, los arduos controles de conservación y normativas de pesca, y la falta de tecnificación de capitanes y pescadores.

De esta forma, las proyecciones del estudio para este producto en dicho país, no se presentan alentadoras para un futuro a mediano plazo. Se cree que esta industria al afrontar previsiones de incapacidad para cubrir la demanda, operaciones pesqueras no rentables, falta de materia prima y otras restricciones, es posible reduzca su participación mundial, lo que abriría una posibilidad para afianzar a Ecuador como un proveedor destacado a nivel mundial. No obstante, pese a que en un futuro las cifras de crecimiento de exportación de este producto no serán las que caracterizaron a Tailandia como líder del mercado, es clave recalcar que este país sigue contando con un porcentaje mayoritario de los nichos más relevantes, y que afianzarse en la cima de la comercialización mundial de conservas de atún requiere de una

gestión sólida, sostenible y de un crecimiento económico saludable, pues este producto está ligado tanto a oportunidades como a amenazas y también a contextos de barreras complejas de sortear si no se apuntalan de manera apropiada las bases del desarrollo de sus exportaciones (Supogpan Kuldilok, 2009: 210-212).

## ROSAS: HOLANDA

Para el año 2014, los Países Bajos importaron rosas por un valor cercano a los € 480 millones, de los cuales € 412 millones provinieron de forma directa de países en desarrollo, como Ecuador. Las exportaciones de rosas frescas y cortadas en el mismo año, incluyeron re-exportaciones, valuadas en € 892 millones. Así, durante la última década, Holanda se transformó en el mayor proveedor de rosas al mercado europeo y el más destacado pivote de entrada para mercados en desarrollo al mismo, pues la bolsa de intercambio de flores holandesa ofrece una plataforma de comercio que alcanza varios y destacados compradores de toda Europa, constituyéndose el mayor país comercializador y productor de rosas cortadas en el mundo. No obstante, la industria de este producto disminuyó su oferta en detrimento de productores más baratos, los cuales alcanzaron un porcentaje mayor de participación del mercado. Así, las importaciones desde países en desarrollo incrementaron de los € 337 millones en el 2010 hasta los € 412 millones en el 2014. Entre los países exportadores de rosas frescas más destacados se cuenta a Kenia, Etiopía, Ecuador, Colombia y Uganda (Centre for the Promotion of Imports from developing countries of Netherlands, 2016: 04-05).

Como se analiza en el caso de otros productos No Tradicionales, las rosas están sujetas a los cambios del sector de las flores como la contracción de mercados prioritarios como los estadounidenses o rusos, y a la progresiva competencia de otros emergentes como Ecuador o Colombia. De acuerdo a un estudio realizado por la Asociación de venta al por mayor de productos hortícolas de Holanda (VGB) a finales del 2014, se expone que el futuro de este sector en este país se debe proyectar de manera cauta, pues el cambio acontecido en destinos clave tuvieron un gran impacto en la industria en general, obligando a reducir precios por rosa. En el mismo informe, se señala que además de la disminución de exportaciones desde Rusia, países como Bélgica (-0,5%), Alemania (-4%) o Reino Unido (-2%) registraron descensos en sus cifras de comercialización. Además, aunque el mercado holandés de rosas

gozó de aumentos significativos desde el 2005, en los últimos 5 años se muestran descensos también notables como en 2008 (2,5%), 2009 (4,2%) y 2013 (2,3%). Aquí se considera relevante destacar que la competencia más representativa durante estos años fue de Colombia y Ecuador, siendo este último de acuerdo a datos del Ministerio de Asuntos Exteriores de Holanda el *“productor de rosas de mayor calidad en el mundo”* (América Economía, 2014: 01)

En este marco, se piensa relevante el exponer el componente principal de la competitividad de la rosa de los Países Bajos, el cual está explicada de manera principal por su organización en las cadenas de suministros, destacada especialización de los actores de la industria, alto profesionalismo y cultura empresarial en extremo competitiva. No obstante, esto también originó que un porcentaje relevante de comercialización en este país sea a través del mercado accionario de flores. Esto en principio, presenta un régimen comercial que muestra algunas brechas que afectan el panorama general de la exportación de rosas en este país. Una de las más destacadas, está orientada a la demanda internacional, la cual no responde de forma total a las cambiantes demandas de mercados que exigen productos más frescos, mayor variedad, cantidades menores de volumen para minoristas, y entregas a múltiples puntos, lo que dificulta la logística y distribución del producto. Esta naturaleza en las barreras de comercio de las subastas electrónicas de flores, no proporciona suficientes incentivos a compradores extranjeros para adquirir grandes lotes a un solo proveedor, pues para satisfacer de forma total su demanda y obtener mayores beneficios deben recurrir a múltiples proveedores (Martsynovska, 2013: 48).

De esta forma, en términos generales, se afirma que aunque el mercado de rosas holandés presenta condiciones favorables las cuales exhiben características propias de un Crecimiento Económico sustentable, basadas en una evolución comercial sin sobreexplotación de recursos, seguridad jurídica, acuerdos comerciales, desarrollo de prosperidad y estabilidad de exportación, es indispensable que se recalque que los mercados de flores, y aún más para un producto como las rosas, son mercados globales. Por lo tanto estos se ven afectados por las diversas circunstancias y entornos de todo tipo en el mundo, generando impactos distintos en la predisposición del consumidor a gastar en un bien que no es considerado de primera necesidad. Entre más grande es la cuota de mercado, existe una mayor posibilidad de quedar expuesto ante

condiciones externas y en el caso de Holanda, esta constituye su mayor reto ante su deseo de seguir consolidándose como líder de exportación de este producto (MESSEN ESSEN, 2014: 04).

## ACEITE DE PALMA EN BRUTO: INDONESIA

Indonesia se consolidó como el mayor productor y exportador de aceite de palma crudo a escala mundial. La comercialización de este commodity es ahora un puntal clave como fuente de ingreso de divisas y en la contribución a las arcas fiscales, además de proporcionar bienestar local a las mayores regiones de palma cultivada en este país, Kalimantan y Sumatra. En la actualidad la demanda principal de mercados internacionales por este producto proviene de su utilización en biocombustibles para la región europea, aceites hidrogenados en Estados Unidos, y (de forma incrementada en el último tiempo) aceites de cocina para la India y China. No obstante, durante los últimos tres años, los precios de estas exportaciones presentaron sus niveles más bajos desde antes del año 1995, de acuerdo a datos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA). Esto obedece de manera principal a una serie de impactos que se considera deben ser analizados para conocer de forma real el panorama de ventaja del país líder en el mercado de exportación de este producto (Cox, 2015: 01).

Así, el primer impacto está ligado al crecimiento económico mundial, el cual continúa ascendiendo de forma lenta a partir de la recesión del año 2011. Liderados por la desaceleración económica de China, los precios mundiales del CPO (referencia técnica mundial para el Aceite Crudo de Palma) disminuyeron por debajo del umbral de los USD 750 por tonelada a diciembre del 2014, alarmante cifra la cual implicó el decreto de un arancel del 0% a la exportación de aceite, promovida por el gobierno indonesio en un esfuerzo por dar apoyo a productores y ayudar a aumentar la demanda en condiciones de mercado débiles (Rusmana & Listorini, 2015: 01). No obstante, una de las razones trascendentales en la disminución de exportaciones de este producto provenientes de este país (y otro de los relevantes impactos que ha sufrida su industria) se encuentra en las cada vez más crecientes campañas mundiales que ponen en evidencia la huella destructiva que tiene la explotación de la planta de palma sobre los bosques indonesios, sus animales, y en general su biodiversidad, cuyos efectos suman cruzadas comprometidas a luchar contra la deforestación. De hecho, regiones como la Unión Europea empezarán pronto a

endurecer sus normas sobre el cumplimiento de carbono, las cuales exigen requisitos referentes a las emisiones máximas de carbono para el 2020. De momento, el mayor porcentaje de aceite indonesio no cumple estos requisitos a razón de su alta huella de carbono, y sólo un pequeño porcentaje del gran total de industriales cuenta con certificaciones que se comprometen a no contribuir con el problema. Una explicación de este hecho es que según reportes no oficiales, se afirma que casi un 50% de aceite de palma producido en Indonesia es ilegal, es decir, se produce de forma más artesanal (Coca, 2015: 01).

De esta forma, como se exhibe en un Informe anual del Instituto de Desarrollo de Ultramar (2013), con sede en Londres, las diferentes medidas políticas aplicadas por Indonesia buscarían sólo proteger la industria interna para liberarla de la incidencia de efectos externos, cubriendo así una mayor parte de demanda interna y permitiéndole asumir mayor control sobre precios y volumen exportado, poniendo en segundo plano el delicado efecto de la deforestación no sostenible y priorizando al mismo tiempo las expectativas de crecimiento en el uso del producto como biocombustible para el mercado interno, el cual impactaría de igual forma el saldo de exportación. En este sentido, se vuelve necesario en señalar el potencial de países sudamericanos como Colombia o Ecuador para buscar una cuota de participación de mercado más alta. Sin embargo, la explotación a gran medida de este producto debe estar enmarcada en estrategias claras y bien diseñadas, capaces de apalear el escenario cambiante de precios (ligados en relevante dimensión a la demanda de sus principales mercados) y subsidios (Van der Schaar, 2014: 01).

## HARINA DE PESCADO: PERÚ

Perú consolidó un papel preponderante en la provisión mundial de la harina de pescado, representando en la actualidad un tipo de industria que aprovecha diferentes dimensiones como economías de escala, diversificación de ingresos, fusiones que generaron sinergias entre sus principales fábricas productoras, reducción de costos, entre otras (Redacción Perúeconómico, 2014: 01). Así, no solo se consiguió un panorama de sostenibilidad de esta industria, la cual tras un adecuado manejo a través de organizaciones estatales como el Instituto Oceanográfico de control (IMARPE), durante los últimos cinco años logró establecer vedas y cuotas de pesca, que concedieron un manejo más eficiente de en cuestión de materia prima (pez vivo). Sin embargo, el género clave que consolidó de forma significativa las exportaciones de la

harina de pescado peruana es el pez conocido como anchoveta, el cual está destinado en un 95% de forma exclusiva para su producción y es considerado la base principal en el impulso de su comercialización.

Es así que sólo para noviembre de 2014, los precios de este commodity alcanzaron su máximo nivel en más de una década, en medio de una reducción drástica de existencias de anchoveta en costas peruanas (Revista Gestión, 2014: 01). Bajo este escenario, se crea una perspectiva de exportación con precios elevados en un escenario potencial, pues la demanda mundial no puede ser cubierta de forma adecuada ante la escasez de producción. De esta forma, un entorno menos favorable puede reducir los términos de intercambio, encareciendo las fuentes de financiamiento externas, y abriendo la posibilidad para que los dos principales competidores sudamericanos, Chile y Ecuador, atraigan una mayor cantidad de actividad comercial en este rubro, al no existir detrimento en la preferencia extranjera de adquisición, pues en años recientes el desarrollo de la industria en ambos países permite igualar la calidad de la manufactura peruana (Hidalgo, Delgado, & Arroyo, 2014: 08).

No obstante, la industria de harina de pescado peruana conserva la esperanza para años venideros basada en sesiones más amplias de captura debido una biomasa de anchoveta que se presume se incrementará en el futuro (InterAqua Perú, 2015: 01). Esta en principio normalizaría la situación del sector pesquero, de relevante importancia en general para su economía, pues como señala el reporte del Ministerio de la Producción del año 2014 de este país, la actividad pesquera aporta entre 1 y 1.5% al PIB peruano, generando cadenas de valor que incluyen un mercado interno que genera trabajo a más de 200.000 personas, el 81% del total de empleo de este sector.

### **2.3.2. Análisis de desplazamiento de mercados de destino**

En los últimos 30 años, la tasa de crecimiento del mercado internacional fue de manera amplia superior a la tasa de su Producto Interno Bruto, reflejando un tamaño de mercado en dólares en realidad significativo. Este crecimiento, suscitado en la prosperidad de economías emergentes que con el paso del tiempo demandan más bienes, originó que en la búsqueda de conquistar estos nuevos espacios de mercado, métodos y ventajas de toda índole sean aprovechados por los países con el único objetivo de mantenerse

en competencia frente a la creciente oferta de determinado bien o servicio. En este contexto, las industrias o productos de exportación con un bajo atractivo en sus características, tienden a ser desplazadas o sustituidos por bienes similares o idénticos, pero con mayor valor agregado, calidad, o que fueron sometidos a tratamientos con un componente tecnológico de mayor trascendencia (Arosemena, 2010: 02). En el caso ecuatoriano, la crisis del año 2008 puso en evidencia la fragilidad de la política comercial exterior del país, el cual, como se expone en la primera parte de este trabajo de investigación, concentró durante varios años el destino de sus exportaciones en Estados Unidos, mermando así la posibilidad de considerar mercados emergentes, además de acrecentar la susceptibilidad ante shocks externos negativos en razón del alto grado de dependencia de este país (Maldonado, 2009: 02). No obstante, en el último período se buscó potenciar una base competitiva de mayor calidad, producción incrementada e inversión especializada en productos de exportación No Petroleros, considerados bienes diferenciadores que cuentan con el potencial de marcar un impacto profundo en mercados extranjeros y así ayudar a mejorar la competitividad internacional ecuatoriana, en la actualidad promediada con un puntaje de 4,1 y que ubica al país en el puesto 76 de 140 países de acuerdo al ranking de Competitividad del Foro Económico Mundial de finales del 2014 (Redacción Economía Diario El Telégrafo, 2014: 01).

De esta forma, al evaluar de forma breve la competitividad y desplazamiento de exportaciones No Petroleras (Tradicionales y No Tradicionales) en el mercado internacional de acuerdo a sus 10 productos más relevantes durante el último año del período analizado, se expone lo siguiente: De los bienes Tradicionales, el banano es el de más alto valor de exportación en términos FOB, con un crecimiento del 9% debido a su aumento de demanda en países europeos (Alemania, Italia) y a la reducción de la oferta de sus principales competidores, Colombia y Costa Rica, aquejados por problemas climáticos y reporte de nuevas plagas. De igual forma, el cacao es el segundo producto con mejores resultados, mostrando cifras con un incremento superior al 20%, el brote de epidemia en naciones productoras africanas como Guinea, Liberia, Sierra Leona o Guinea, al verse afectadas de forma notable con un inesperado corte de demanda, elevó los precios del cacao en el mercado internacional y contribuyó al alza de los precios, situación que fue aprovechada por Ecuador. Referente a la sección de la acuicultura, pese a que su volumen

creció en un 15% en el último año, la caída del precio del camarón contribuyó de forma negativa a las exportaciones del sector en general. Además, el limitado acceso a mercados de alta jerarquía (como el de China) por impuestos y barreras arancelarias, y otros como México, donde existen estrictas medidas sanitarias, o Brasil que presentan una barrera a varios productos del mar desde el 2002, son factores que contribuyeron a un desplazamiento de los diferentes bienes ecuatorianos en detrimento de los provenientes de países asiáticos y algunos europeos. En este contexto, exportaciones destacadas como las conservas de atún y otras preparaciones de pescado sufrieron una sustitución relevante en términos de volumen, suscitadas de manera principal por reducciones en mercados de Chile, Perú, Argentina y la Unión Europea. En el caso particular del atún en conserva, con el fin de reducir costos, distintos mercados de destino promueven la generación de sus propias marcas a través de sus supermercados, utilizando materia prima (conservas) de origen tailandés, la cual se oferta a precios bajos con el fin de sustituir el producto ecuatoriano (Ministerio de Comercio Exterior Ecuador, 2014: 17).

En el sector de las rosas, pese al incremento de volúmenes de exportación hacia mercados emergentes de la Unión Europea y Rusia, el reducido costo de este producto proveniente de manera principal de Colombia y otras naciones africanas ocasionó una contracción de la demanda de la rosa ecuatoriana. En este contexto se revela que debido a la apreciación del dólar, Ecuador perdió competitividad frente a sus competidores más relevantes, pues pese a que de manera previa cada país exportador de este bien jugaba un rol complementario en el mercado mundial, la presión internacional y la coyuntura económica de los países importadores, convirtió a todos los actores de esta industria en competidores directos en los diferentes nichos de consumo, en donde prima el factor precio sobre la calidad. Como se menciona de manera previa, las preferencias arancelarias de países como Estados Unidos con exportadores competidores como Colombia que manejan gracias a esto costos finales más convenientes, son factores que provocan que el país haya tratado de diversificar hacia otros mercados en busca de encontrar otras alternativas que rentabilicen la comercialización (Redacción Negocios El Mercurio, 2016: 01).

En el "Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2014" publicado por la CEPAL, se recalca la urgencia de un cambio estructural que



favorezca la diversificación de mercados como una alternativa al desplazamiento de determinado producto en su país más relevante de exportación. La implementación de mejores procesos de desarrollo productivo e innovación se consideran instrumentos eficaces en la búsqueda de fortalecer ciertas debilidades estructurales que limitan la oferta de un producto cuando este se ve desplazado por otro de iguales características pero favorecido de impactos externos que lo vuelven más atractivo pero no de mejores características. De esta forma se puede alcanzar el ritmo de dinamismo internacional necesario que permite que un determinado bien o industria contribuya de forma real a un Crecimiento Económico mayor y más incluyente en el mediano plazo.

### **2.3.3. Evolución y perspectivas de exportación de los principales competidores para el Ecuador**

América Latina afronta un escenario económico complejo a razón del debilitamiento en su desarrollo mercantil y la incertidumbre prevaleciente en la economía internacional. Pese a que las bases macroeconómicas de la región para hacer frente a posibles bajas de demanda agregada en el corto plazo se muestran sólidas, las proyecciones para el escenario en el mediano plazo no se mostró favorable en la pasada década. El mermado dinamismo de la demanda externa, sumado a la volatilidad del precio de materias primas en el mercado internacional (de las cuales los países latinoamericanos dependen de forma significativa), provocan una debilidad estructural que impide (y de persistir seguirá impidiendo) un desarrollo completo en el Crecimiento Económico de la región (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2014: 07). En general, las perspectivas económicas se mantienen positivas, pero continúan estando ligadas en relevante dimensión al contexto externo como se menciona en varias ocasiones en párrafos anteriores. Después de varios años de expansión continua ininterrumpida desde el año 2009, para el 2014 se presenta una desaceleración al tiempo de que se proyecta una caída de la inflación. Así, el mercado internacional se caracteriza por una expansión lenta de debido a las secuelas de fragilidad financiera y altos niveles de desempleo de la zona euro. Además, aun cuando Estados Unidos crece a niveles más altos que Europa, su consolidación económica aún no es dinámica y se encuentra rodeada por una estela de contracción fiscal en periodos de crisis. Por otro lado, la deceleración de demanda de productos provenientes de

Latinoamérica por parte de China y Rusia, se suma al lento crecimiento de sus socios comerciales más destacados, pues fueron un puntal manifiesto para su evolución en materia de exportaciones (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos & CEPAL, 2013: 16).

Bajo este contexto, se expone que en el corto plazo los riesgos para países competidores ecuatorianos en el mercado internacional (Colombia, Chile, Perú, Venezuela) se manifestarían de forma principal por la vía comercial, aun cuando la mayoría cuenta con una serie de políticas fiscales y monetarias que ayudan a amortiguarlos cuando se vuelve necesario. No obstante, dicho impacto difiere de país a país, de acuerdo al nivel de diversificación de sus exportaciones, tanto en términos de productos como de destino, así como la capacidad y dinamismo de sus respectivos mercados internos. Además, la potencial depreciación en el corto plazo en los precios internacionales de materias primas clave afectaría a estos los principales competidores de Ecuador en materia de exportación, no sólo por la disminución en sus ingresos fiscales, si no por su deterioro en temas de balanza comercial (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos & CEPAL, 2013: 17). En principio, de acuerdo a pronósticos desarrollados por la CEPAL basados en el primer Informe Trimestral publicado por el Banco Mundial en Octubre del 2015, el desempeño de América Latina en los últimos 48 meses es un síntoma que de que estos factores no son sólo coyunturales, si no que se sujetan a perspectivas que se prevén continúen hasta el 2017, con bajas probabilidades de recuperación. Este impacto, según la CEPAL, es más agudo en países exportadores como Venezuela, Bolivia, Colombia y Brasil, los cuales ya registraron descensos en sus exportaciones del 41%, 30%, 20%, y 15% respectivamente durante el 2014. De esta forma, se explica que los problemas no son sólo económicos, sino también de volumen, en donde se proyecta que América Latina no crezca más allá del 1% en los próximos años a menos de que se implanten medidas de cambio comprometidas con una inserción internacional más dinámica, la cual priorice el Crecimiento Económico en términos de diversificación, política industrial y tecnológica, y facilitación de integración a todo nivel.

En un contexto global, dicha desaceleración de la demanda por parte de naciones emergentes abonó en los declives por commodities, obedeciendo a una menor demanda, de manera principal de materia prima agrícola y metales.

Entre los cinco productos provenientes de países latinoamericanos que sufrirán mayor impacto, según estas proyecciones de CEPAL, se cuentan a la soya (78% de las ventas agrícolas a China por parte de Brasil y Argentina), el cobre y los desperdicios de metal (sectores relevantes para Chile y Perú), productos derivados de la caña de azúcar, la harina de pescado y los moluscos. Aquí, se considera relevante el resaltar que sólo (al menos en el caso ecuatoriano) la harina de pescado se considera como un bien No Tradicional industrializado y que aunque la escala progresiva de su crecimiento se considera relevante para este trabajo de investigación, Ecuador al no ser el abastecedor mundial principal del mismo, puede controlar de una manera más eficaz el posible impacto externo en términos de precio o demanda, sin dejar de perder competitividad frente a la oferta extranjera (Redacción Economía El Telégrafo, 2015) . Bajo lo expuesto de manera previa, se vuelve necesario el reiterar la importancia de la diversificación de la estructura productiva de América Latina como base para impulsar una posible recuperación económica. El apostar por la búsqueda matrices de bienes no tradicionales industrializados no aprovechados de forma total, el mejoramiento de las cadenas de valor de productos con potencial de exportación, y las cadenas productivas como fundamento a la integración de regiones se vuelven prioritarias para un panorama con mejores matices comerciales (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos & Banco Interamericano de Desarrollo, 2013: 06).

Bajo todo lo expuesto en párrafos anteriores, en el presente Capítulo se expone un panorama general de los mercados más relevantes para el componente de exportación No Tradicional ecuatoriana. A través del mismo contexto y luego de la identificación de los productos sujetos a estudio en esta Investigación, se consideró pertinente el profundizar en las características, tendencias y efectos de demanda de los mismos en sus principales destinos en el mercado internacional. Esto se realizó con el fin de conocer el impacto real de dicho productos y así estimar de forma cuantitativa sus valores de exportación, volumen y precio y de esta forma conocer en realidad cuán competitivos es Ecuador frente a sus contendientes directos más relevantes en los mismos bienes.

### **CAPÍTULO III**

## **INFLUENCIA DE LAS EXPORTACIONES NO TRADICIONALES MÁS RELEVANTES EN LA BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA**

### **3.1. Balanza Comercial del Ecuador**

La Balanza Comercial ecuatoriana es un registro de las importaciones y exportaciones realizadas durante un determinado período de tiempo. Su saldo es la diferencia entre dichas exportaciones e importaciones. El mismo se da en forma positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y de forma contraria es negativo cuando el valor de las exportaciones es menor al de las importaciones (PRO ECUADOR, 2013: 01). En términos generales, la estructura de una Balanza Comercial varía de un país a otro, dependiendo de los recursos de los cuales la economía de dicho país se alimenta. En el caso de Ecuador su comercio está dividido en una Balanza Comercial Petrolera y otra No Petrolera. La primera mide el saldo neto de las exportaciones petroleras y sus derivados, del país hacia el resto del mundo, menos las importaciones del mismo tipo desde el resto del mundo hacia Ecuador, en un período de tiempo específico. Por otro lado, la segunda cuenta el saldo neto de las exportaciones de todos los productos distintos al petróleo hacia el mundo, menos las importaciones del mismo tipo desde el resto del mundo hacia el país, en un período de tiempo determinado (Zúñiga & Susana, 2012: 15).

#### **3.1.1. Diagnóstico de la Balanza Comercial del Ecuador durante el período 2007-2014**

Bajo el contexto histórico del registro de sus exportaciones e importaciones hacia el mundo, desde el año 2007, Ecuador consolidó una Balanza Comercial de manera principal negativa, lo cual lo ubica en distintos escenarios en los cuales el flujo de divisas desde el exterior fue un detonante fundamental para una serie de medidas que buscan reparar dicho efecto. Si se analiza la información recogida por el Banco Central del Ecuador, se nota que ambos componentes de la Balanza Comercial tienen comportamientos similares dentro del período 2007-2014. Mientras la Balanza Petrolera proporciona un superávit a la economía ecuatoriana, la No Petrolera se viene manteniendo deficitaria (Jaramillo, 2015: 02). Como se muestra en el Gráfico 48, al detallar ambos componentes, se expone que por el lado de la Balanza Petrolera, esta obtiene su pico máximo durante los años 2008 y 2012, pero se

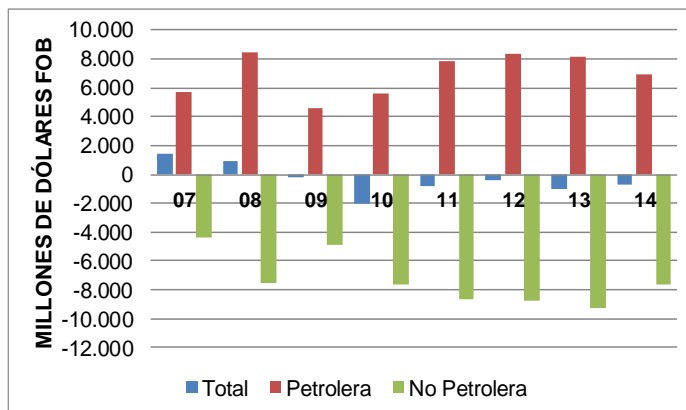
reduce de forma significativa en los años 2009, 2010 e incluso en el 2014. Este decrecimiento en el último año (del 15,8% frente al del 2013) está provocado de manera principal por una disminución del precio promedio del barril de exportación, el cual descendió un 12% pasando de USD 95,63 en 2013 a USD 84,16 en el 2014. Sin embargo, durante el 2014 aún con un aumento de un 7% de la producción petrolera, el efecto precio no alcanzó a compensar la generación de divisas y superávit comercial del 2013, provocando una pérdida en términos FOB de un poco más de USD 1.290 millones y en consecuencia un déficit en su Balanza. De igual forma como se muestra en la Tabla 20, si se analiza el segundo componente de la Balanza Comercial, se exhibe que el sector No Petrolero se mantenido deficitario durante todo el período de análisis efectuado, pero a diferencia del componente petrolero, con un agravante de que este déficit alcanza cifras más elevadas año a año, siendo el 2013 la más alta en 6 años, con (-) USD 9.221 millones (Banco Central del Ecuador, 2014: 05).

**TABLA 20**  
**EVOLUCIÓN BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA. VALORES TOTALES**  
**FOB. PERÍODO 2007-2014**

<b>BALANZA COMERCIAL</b>			
<b>AÑO</b>	<b>Total (X Totales - M Totales)</b>	<b>Petrolera</b>	<b>No Petrolera</b>
2007	1.414	5.750	-4.336
2008	910	8.455	-7.545
2009	-234	4.626	-4.860
2010	-1.979	5.630	-7.609
2011	-830	7.858	-8.688
2012	-441	8.351	-8.791
2013	-1.041	8.180	-9.221
2014	-712	6.885	-7.598

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**GRÁFICO 48**  
**EVOLUCIÓN BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA. VALORES TOTALES**  
**FOB. PERÍODO 2007-2014**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Además, cabe indicar que conforme a lo expuesto de manera previa, se registra que durante el período 2007-2014, el total de Balanza Comercial evidencia valores negativos en todos sus años con excepción del 2007 y 2008. Los picos más altos de déficit se registraron durante los años 2010 y 2013 con cifras negativas de USD 1.979 y USD 1.041 millones respectivamente. Con el objetivo de disminuir esta notoria brecha entre componentes Petroleros y No Petroleros, se limitó la adquisición de algunas mercancías importadas, y se implementó programas de sustitución de importaciones para que la industria adquiera materia prima y demás a proveedores locales, entre otras acciones (Ministerio Coordinador de Política Económica, 2014: 16). Así, en el 2014 la importación de bienes de consumo reportó su menor valor durante el primer mes de los últimos tres años, registrando USD 348 millones, a diferencia de los USD 404 millones del 2013 y los USD 384 millones reportados en el 2012. Esta serie de medidas contribuyeron con una disminución del déficit en años posteriores, en donde para el 2014 se redujo el déficit en más de USD 300 millones. Aun así, cabe destacar que como se expone en el Capítulo I de este trabajo de investigación, tanto exportaciones como importaciones totales crecieron a la par después de la crisis del año 2009, siempre con una ligera ponderación de las últimas, lo que originó que desde dicho punto persista un déficit comercial (Agencia Andes, 2012: 01).

No obstante a lo que se analiza de manera previa, preexiste una tendencia manifiesta de considerar a la Balanza Comercial como una herramienta que aporta al Crecimiento Económico sólo en la medida que esta

arroje un superávit o saldo positivo. Esta noción generaliza al desconocer algunos de las ventajas derivadas de las importaciones (las cuales incorporan estímulos competitividad de la economía local), la experiencia internacional, o en el caso ecuatoriano, el imprescindible equilibrio de la Balanza de Pagos. Es así que en determinados años, el país logró un superávit comercial a merced de restricción de importaciones y un crecimiento mayor del proyectado de Estados Unidos y (en el último tiempo) China. De esta forma, el acostumbrado saldo comercial positivo de períodos anteriores, latente en especial durante los años 80, no se constituye como un elemento suficiente para elevar de forma significativa el desarrollo económico del país, puesto que una Balanza Comercial positiva ligado al mismo implica una sociedad capacitada para producir más de lo que consume, ya sea por una alta productividad, una relevante tendencia al ahorro, o limitaciones de bienes Tradicionales en favor de una creciente diversificación. Así, se considera clave el tomar en cuenta lo ocurrido con el componente No Petrolero, de manera particular sobre la influencia de los bienes No Tradicionales, como un medio para impedir que los efectos positivos de la alta cotización del petróleo escondan un estado vulnerable del sector exterior ecuatoriano (Ramírez, 2007: 28-29).

### **3.1.2. Análisis de contribución de productos seleccionados al saldo de Balanza Comercial**

Como se señala en párrafos anteriores, la Balanza Comercial es un registro de todas las exportaciones e importaciones de un país en un determinado período de tiempo. De dicho registro se desprende el llamado Saldo de Balanza Comercial, el cual se define como la diferencia entre el valor de los productos vendidos en el exterior y los importados desde el mundo. Cuando la diferencia entre ambos es positiva, dicho saldo exhibe un excedente o superávit, o al contrario cuando esta diferencia es negativa, es considerada déficit. Así en un espectro global, las naciones buscan que dicho saldo muestre superávit durante la mayor cantidad de tiempo, pues esto en principio es analizado como un puntal de desarrollo y prosperidad de su economía (Bernheim, 1988: 04). Los países con un excedente comercial son capaces de aprovechar ciertas ventajas competitivas, tales como el uso de las reservas en excedente para invertir o adquirir bonos en otras regiones (lo que brinda al país comprador cierta influencia económica o política), el desarrollo del aparato exportador a través de tecnología, o un ahorro que permita conservar cifras positivas en períodos futuros. No obstante, otros análisis también señalan al

déficit de Saldo de Balanza como un aspecto positivo, pues este se puede transformar en una alternativa de colocación más eficiente de recursos, si por ejemplo, se desplaza bienes y servicios hacia una nación más especializada, fomentando al mismo tiempo investigación y desarrollo (Cardozo, Matos, & Rivero, 2016: 01). Así, de acuerdo a la circunstancias individuales dichos desbalances pueden resultar en aspectos positivos o negativos, y en este sentido, el análisis del Saldo de Balanza Comercial o la influencia de determinado producto el mismo se considera como una herramienta significativa para determinar el espectro macro tanto económico como comercial en un país (ILDIS FES & FLACSO, 2008: 48-49).

Si se realiza un breve análisis del caso ecuatoriano, como se aprecia en la Tabla 21, el Saldo de Balanza Comercial (SBC) de bienes en el Ecuador durante el período 2007-2014 mostró una conducta equilibrada en los dos primeros años, a partir de los cuales las exportaciones presentaron un crecimiento más moderado que el de las importaciones, mostrando déficits permanentes hasta el último año de análisis (Roca, 2014: 15). La disminución en el precio del crudo revela la mayor parte de esta caída, la cual también se suma a la baja de exportación de bienes Tradicionales y No tradicionales (Maldonado G. , 2014: 01).

**TABLA 21**  
**EVOLUCIÓN DEL SALDO DE BALANZA COMERCIAL GLOBAL DEL ECUADOR. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB**

<b>AÑO</b>	<b>X TOTALES</b>	<b>M TOTALES</b>	<b>SALDO DE BALANZA COMERCIAL</b>
<b>2007</b>	14.321	12.907	1.414
<b>2008</b>	18.511	17.600	910
<b>2009</b>	13.799	14.098	-299
<b>2010</b>	17.490	19.469	-1.979
<b>2011</b>	22.322	23.152	-830
<b>2012</b>	23.765	24.205	-441
<b>2013</b>	24.848	25.889	-1.041
<b>2014</b>	25.732	26.445	-712

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Así, bajo el panorama que se analiza de manera previa, se ratifica el concepto bajo el cual una de las condiciones más relevantes para conseguir una verdadera consolidación comercial, tanto en el mercado internacional como



en el regional, radica en la estructura y posicionamiento de los productos comercializados en el exterior. El mudar hacia líneas productivas de alto valor añadido y creciente sofisticación, así como posicionarse en nichos de mercado diferenciados por estructuras competitivas que se basan en calidad y diversificación, constituyen elementos clave para un Crecimiento Económico sustentable y una alta retribución de factores productivos (Luengo & Álvarez, 2009: 80).

En este sentido, se considera necesario exponer en que porcentaje los productos analizados en este Trabajo de Investigación (Conservas de Atún, Rosas, Aceite de Palma en bruto, y Harina de Pescado) contribuyeron al mencionado Saldo de Balanza durante el período seleccionado. Para este fin, se hace uso de un indicador que asiste a visualizar la posición exportadora de un país determinado, medida a través del indicador denominado: Contribución al Saldo de Balanza Comercial (CSBC) (Ver Gráfico 49). De acuerdo con la definición de la Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (2009: 16) este espectro “...compara el Saldo Comercial de cualquier capítulo o sub partida arancelaria, seleccionados con el teórico que se obtiene al ponderar el Saldo Total por la importancia relativa de los intercambios generados en cada capítulo en el comercio global”. De esta forma, los resultados que se consiguen son ponderados de acuerdo al tamaño del mercado interno, recurriendo al Producto Interno Bruto como punto intermedio. Si el valor arrojado es positivo, esto indicaría que el producto en estudio contribuye de forma positiva al saldo global de la Balanza Comercial, por el contrario si dicho resultado es negativo, sucede lo contrario.

#### IMAGEN 1

#### FÓRMULA DE CONTRIBUCIÓN DE UN PRODUCTO O INDUSTRIA AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL

$$CSBC = \left(\frac{1000}{PIB}\right) * \left[ (Xi,p - Mi,p) - (Xp - Mp) * \left(\frac{(Xi,p + Mi,p)}{(Xp + Mp)}\right) \right]$$

\*X y M = exportaciones e importaciones

\*\* i= industria/producto

\*\*\* p= país

Fuente: Revista de Economía Mundial, Núm. 22 (2009: 15)

Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Se cree de forma significativa relevante el resaltar que se debe tomar en cuenta que dicho valor, cifra o aporte no debe ser interpretado como una contribución proporcional del total del Saldo de Balanza Comercial (expresado

como fracción), si no que los porcentajes obtenidos acreditan que la sub partida, sector o producto en particular, contribuyen positiva o de forma negativa al saldo global de las exportaciones e importaciones, en términos de la Balanza Comercial. Es decir, entre más alto sea el porcentaje obtenido, más peso o influencia tendrá determinado producto o sector para favorecer hacia un Saldo de Balanza Comercial próspero, ya sea en términos de una mayor entrada de divisas, generación de competitividad, entre otros factores. En dicho resultado se hace claro de igual forma, que por lo general los saldos positivos se localizan en productos o sectores con cifras intensivas en la utilización del trabajo, mientras que los saldos negativos exhiben a bienes con una mayor complejidad tecnológica en su producción (Luengo & Álvarez, 2009: 88). Bajo este contexto, si se analizan las contribuciones al CBSC de cada producto sujeto de análisis en este Trabajo de Investigación se obtienen los siguientes resultados:

#### CONSERVAS DE ATÚN

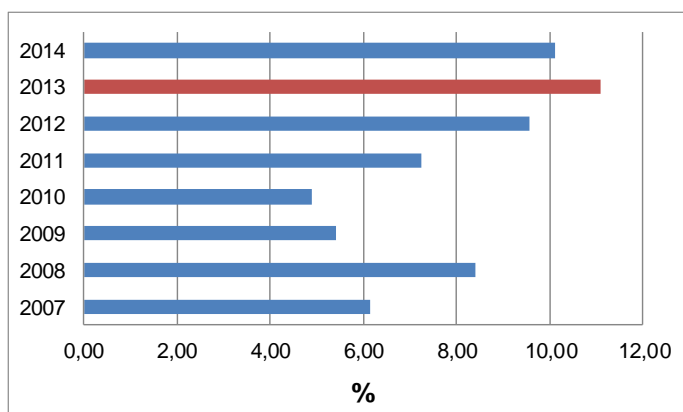
Como se muestra en Tabla 22 y en el Gráfico 50, las Conservas de Atún muestran una contribución positiva al Saldo de Balanza Comercial en todos los años del período 2007-2014. De acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador, un promedio de crecimiento acelerado del 11% frente al promedio mundial (4%), sólo siendo superado durante este período por Tailandia, y la representación del casi 13% del comercio mundial en esta industria le permitieron a este commodity ecuatoriano contar con una participación en el mercado exterior de forma notable representativa, lo que a su vez contribuye de forma significativa al aporte positivo en la Balanza Comercial ecuatoriana, consolidándose como el primer y más relevante producto No Tradicional en términos FOB promedio por concepto de exportación.

**TABLA 22**  
**CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE**  
**LA SUBPARTIDA 1604141000. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE**  
**DÓLARES FOB**

AÑO	PIB	X TOTALES	M TOTALES	"CONSERVAS DE ATÚN"		CSBC (%)
				X	M	
2007	51.008	14.321	12.907	330	0,000110	6,13
2008	61.763	18.511	17.600	532	0,000151	8,40
2009	62.520	13.799	14.098	335	0,001156	5,41
2010	69.555	17.490	19.469	323	0,002506	4,89
2011	79.277	22.322	23.152	564	0,002330	7,24
2012	87.925	23.765	24.205	834	0,001613	9,57
2013	95.130	24.848	25.889	1034	0,003647	11,09
2014	100.917	25.732	26.445	1005	0,001250	10,10

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**GRÁFICO 49**  
**EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE**  
**BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 1604141000.**  
**PERÍODO 2007-2014.**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## ROSAS

Dentro de la industria florícola ecuatoriana, la tendencia de exportación de rosas consolidó a este producto como el bien No Tradicional Primario más relevante, dado su crecimiento anual del 2% entre los años 2008-2014 y su participación del 65% en valores de exportación FOB dentro de la industria de flores del Ecuador. Como se muestra en la Tabla 23, su aporte al Saldo de Balanza Comercial durante este período fue de representativa importancia,

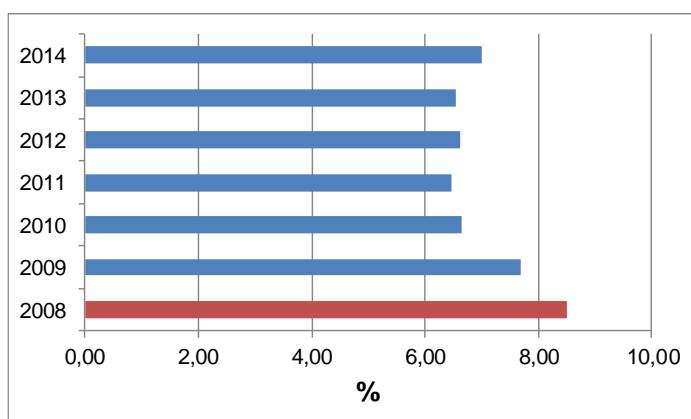
conservando un saldo positivo sostenido en cada año de análisis (Ver Gráfico 41).

**TABLA 23**  
CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 0603110000. PERÍODO 2008-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB

AÑO	PIB	X TOTALES	M TOTALES	"ROSAS"		CSBC (%)
				X	M	
2008	61.763	18.511	17.600	539	0,0000050	8,51
2009	62.520	13.799	14.098	476	0,0000000	7,69
2010	69.555	17.490	19.469	438	0,0000020	6,64
2011	79.277	22.322	23.152	504	0,0000010	6,47
2012	87.925	23.765	24.205	577	0,0000030	6,63
2013	95.130	24.848	25.889	610	0,0000000	6,55
2014	100.917	25.732	26.445	698	0,0000030	7,01

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**GRÁFICO 50**  
EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 0603110000. PERÍODO 2007-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## ACEITE DE PALMA EN BRUTO

En sintonía con el crecimiento de la producción y exportaciones mundiales de este producto, el aceite crudo de palma proveniente de Ecuador exhibió un crecimiento promedio anual del 17%, el cual despuntó en especial durante el año 2010 alcanzando cerca de un 140%. Como se muestra en la Tabla 24, pese a no mostrar saldos de contribución más elevados como en el caso de los dos productos analizados de manera previa debido a que los

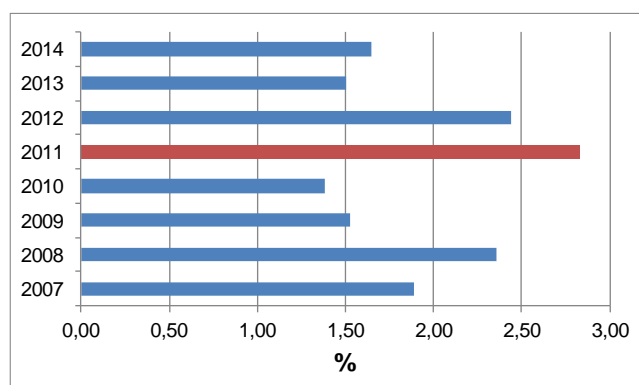
valores de exportación son apenas más bajos, el CBSC se mantiene positivo durante todos los años del período analizado (Ver Gráfico 52), otorgándole particular importancia dentro de las exportaciones No Tradicionales, pues después de las Conservas de Atún, es el segundo producto Industrializado de mayor valor promedio de exportación en términos FOB.

**TABLA 24**  
CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 1511100000. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB

AÑO	PIB	X TOTALES	M TOTALES	"ACEITE DE PALMA"		CSBC (%)
				X	M	
2007	51.008	14.321	12.907	102	0,0000000	1,89
2008	61.763	18.511	17.600	149	0,0000000	2,35
2009	62.520	13.799	14.098	94	0,0000000	1,52
2010	69.555	17.490	19.469	91	0,0000000	1,38
2011	79.277	22.322	23.152	220	0,0042310	2,83
2012	87.925	23.765	24.205	212	0,0000000	2,44
2013	95.130	24.848	25.889	140	0,0019580	1,50
2014	100.917	25.732	26.445	164	0,0042430	1,65

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**GRÁFICO 51**  
EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 0603110000. PERÍODO 2007-2014.



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## HARINA DE PESCADO

Pese a la crisis mundial de años recientes, la producción y exportación de harina de pescado ecuatoriana logró sostenerse e incluso incrementarse debido a su importancia para otros sectores productivos. Su crecimiento promedio del 9% entre el 2007 y 2014, sumado al aumento exponencial de sus

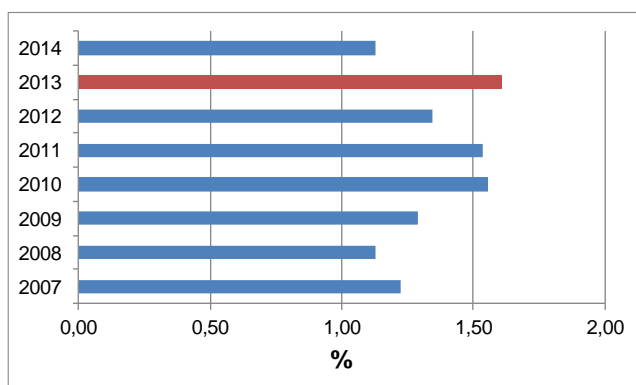
exportaciones en años recientes, consolidaron un CSBC sostenido de forma positiva durante el período estudiado (Ver Tabla 25). Pese a que no se exhiben porcentajes cuantiosos debido al reciente desarrollo de su comercialización en el mercado internacional y la gran cuota de mercado cubierta por países competidores, se considera un bien No Tradicional con perspectivas alentadoras gracias a sus condiciones, ventajas comparativas y proyección de sostenibilidad si es explotado de forma adecuada (Ver Gráfico 53).

**TABLA 25**  
CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 2301201000. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB

AÑO	PIB	X TOTALES	M TOTALES	"HARINA DE PESCADO"		CSBC (%)
				X	M	
2007	51.008	14.321	12.907	66	0,002574	1,23
2008	61.763	18.511	17.600	71	0,005236	1,13
2009	62.520	13.799	14.098	80	0,006416	1,29
2010	69.555	17.490	19.469	103	0,006043	1,56
2011	79.277	22.322	23.152	120	0,009279	1,54
2012	87.925	23.765	24.205	117	0,011019	1,34
2013	95.130	24.848	25.889	150	0,009273	1,61
2014	100.917	25.732	26.445	112	0,019251	1,13

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**GRÁFICO 52**  
EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE LA SUBPARTIDA 2301201000. PERÍODO 2007-2014

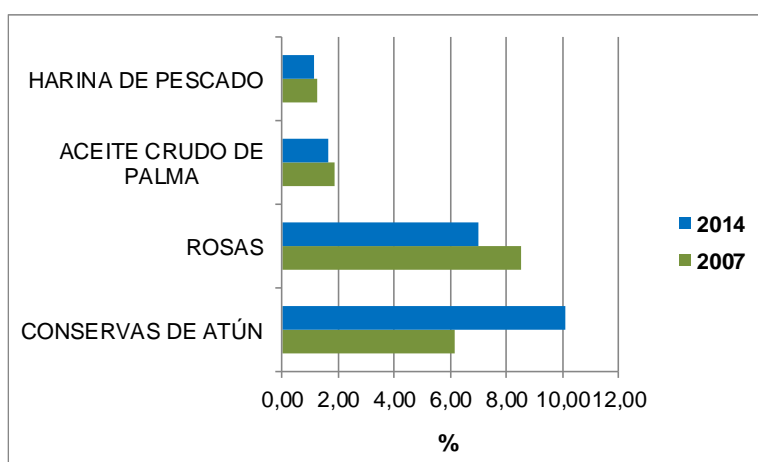


Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

En esta coyuntura, se expone que los cuatro productos seleccionados para su análisis en el presente Trabajo de Investigación contribuyeron de manera positiva en el saldo global de la Balanza Comercial ecuatoriana. Si se establece un contraste entre el primero y el último año del período estudiado,

se observa que son las conservas de atún las que tuvieron un crecimiento mayor de contribución (Ver Gráfico 54). No obstante, pese a que los productos restantes muestran un crecimiento más leve, todos en su conjunto se consideran de significativa importancia dentro del sector exterior del país, tanto por su condición de bienes No Tradicionales, como por todas las demás características, ventajas competitivas y demás aspectos propios descritos en párrafos anteriores.

**GRÁFICO 53**  
EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO. 2007 VS. 2014



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

### 3.1.3. Análisis de la influencia de los productos No Tradicionales en la Balanza Comercial ecuatoriana

Bajo lo que se analiza en párrafos previos, se expone que los productos sujetos de estudio en esta investigación aportan de manera positiva en el desarrollo de la Balanza Comercial ecuatoriana a través de su aporte al Saldo de Balanza. Su condición de bienes No Tradicionales pone en evidencia la influencia de este grupo particular de productos en la búsqueda hacia la diversificación de la matriz de exportaciones ecuatoriana del último tiempo, siendo un puntal fundamental para continuar con los esfuerzos en busca de transformar la estructura de contribución de la misma en la Balanza Comercial de Ecuador (Ponce Leiva, 2005: 19). No obstante, y como se menciona en párrafos previos, pese al potencial al que se hace referencia, las exportaciones No Tradicionales encuentran obstáculos relevantes en el proceso para su

consolidación como una fuente de ingresos de relevancia en la economía ecuatoriana. Factores externos como la caída de precios en mercados mundiales (que provocan una contracción de la demanda), la coyuntura monetaria mundial, la tramitología, o el desvío de producción a mercados internos a raíz de restricciones de importación fueron elementos que al igual que en la exportación de materias primas tradicionales, poseen una elevada vulnerabilidad a cambios drásticos externos, afectando en consecuencia un crecimiento constante consolidado y su aporte potencial hacia la Balanza Comercial (Enríquez & Paspuel, 2015: 01).

A lo anterior se puede sumar otras aristas como los aún bajos niveles de inversión extranjera directa y transferencia de desarrollo tecnológico, o Acuerdos Comerciales o de Libre Comercio pactados por los principales competidores de tanto regionales como mundiales, hacia varios destinos de interés para el Ecuador. La combinación de estos factores explican en gran medida el por qué el Ecuador se encuentra aún con un retraso notable en la afirmación del componente No Petrolero de su estructura productiva, la aparición de productos innovadores de exportación y en el desarrollo de mercados de exportación de productos No Tradicionales. Así, en una economía mundial basada en servicios y finanzas, y no en la producción ni en el comercio exterior, la atención de Ecuador a potenciar fuentes de crecimiento alternativas como las exportaciones No Tradicionales, se considera es de alta importancia pues permitiría magnificar las exportaciones totales, logrando una contribución mayor en el sector externo, de manera particular en uno de sus indicadores más relevantes, la Balanza Comercial (Ponce Leiva, 2005: 12).

En este contexto, si se analiza el panorama del último período, se encuentra que para el 2014, de acuerdo a información del Banco Central del Ecuador, la Balanza Comercial del país registró un déficit de USD 723 millones, comportamiento explicado de manera principal por una disminución de las exportaciones petroleras. En el mismo año, en consecuencia con años anteriores, la Balanza Comercial Petrolera mantuvo un superávit favorable, alcanzando los USD 6.885 millones. En contraste a este resultado, el saldo de Balanza Comercial No Petrolera permaneció negativo en el mismo período de tiempo, pasando de los USD 8.791 millones en el 2012, a los USD 9.221 millones en el 2013 y USD 7.598 en el año 2014. No obstante, en los últimos dos años, entre el 2013 y 2014, se registra una disminución del déficit



comercial No Petrolero del 20%, en donde pese a que las importaciones superaron a las exportaciones No Petroleras, las últimas sí registraron un crecimiento en valores FOB, a diferencia de las exportaciones Petroleras, las cuales decrecieron.

En esta coyuntura, se cree que una de las prioridades de la política comercial ecuatoriana debe ser la de potencializar las exportaciones No Tradicionales a través de políticas de comercio exterior que permitan reducir su vulnerabilidad y generar nuevas oportunidades de Crecimiento Económico, pues al conservar una alta concentración de exportaciones en pocos productos como el petróleo y sus derivados y pese a que estos muestran con un superávit en el componente petrolero o en el total de la Balanza Comercial, este desarrollo siempre estará atado a factores externos más complicados de conducir que los de un producto de exportación No Tradicional (Muñoz, 2010: 01).

### **3.2. Matices a futuro de los productos seleccionados**

Durante los últimos 15 años, las condiciones de mercado de los productos No Tradicionales registraron cambios significativos. Como se señala en la investigación de la FAO: Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas (2014: 23), estos bienes experimentaron una diferenciación acentuada a través de la implementación de adelantos tecnológicos, innovaciones nutricionales, tendencias de consumo, segmentación de mercados asociados a determinados perfiles demográficos y otros diversos patrones que perfilan su carácter multicultural. Bajo este contexto, en los capítulos previos de este trabajo de investigación, se analizó a los cuatro productos de exportación No Tradicional ecuatoriana que se considera a través de la potenciación adecuada, podrían ser capaces de sustituir los ingresos a cuenta del componente de exportación Petrolera, mejorando la brecha comercial en su componente de Balanza Comercial. Así, una vez consolidadas las cifras de comercio, demanda, principales mercados, ventajas competitivas y demás características de trascendencia, se considera pertinente analizar las perspectivas que en la actualidad estos productos pueden llegar a alcanzar en un futuro, a través del estudio tanto de sus tendencias en el último período, como de su potencialidad, condiciones, restricciones de su propia naturaleza, entre otros factores.

Como se establece en la ideología planteada por Jonh Muth (1961) en su estudio de precios agrícolas, y luego ampliada por R. Lucas (1995) en su búsqueda de entender los fundamentos del equilibrio en el Crecimiento Económico, la importancia detrás de las perspectivas radica en la búsqueda de todos los actores por la mejor elección disponible en el futuro. Así, bajo la integración de dicha información proyectada a lo planteado en párrafos previos, es posible aclarar en cierta medida la incertidumbre al que un producto se enfrentará, pues al sumar estos componentes a un colectivo de otros factores, será posible observar un posible futuro que de seguro coincidirá con el valor que se espera en un inicio.

### **3.2.1. Perspectivas: Atún en conserva**

En la actualidad, la industria conservera ecuatoriana todavía enfrenta relevantes barreras para mejorar la competitividad de sus productos, no sólo debido a la liberalización comercial de sus principales actores, sino también por la activa transformación tecnológica en procesos productivos la cual requiere cada vez de una mayor inversión (Campling, 2015: 01-02). El ratificar la condición misma de este producto en pos de buscar sus posibles condiciones de cara al futuro, demanda que se analicen de forma previa las condiciones básicas que rigen las relaciones entre sus características de comercio. Así, en primer lugar se debe afirmar que el atún en conserva (así como el atún vivo) es un “commodity”. El mismo es comercializado de forma libre a nivel de los productos considerados industrializados, y no existe una distinción para su demanda, en términos de si este proviene de una región o industria particular, siempre y cuando cumpla los estándares y clasificación de su mercado importador.

De esta forma, la diferenciación para la exportación de este producto (y sus precios) radica en la experticia con la cual es comercializado: su identidad como marca, la habilidad para negociarlo por parte de la nación ofertante, y su experiencia en determinados mercados. Así, la competencia entre los protagonistas de esta conserva es casi pura, es decir, ningún país productor, distribuidor o procesador del mismo, tiene la capacidad de afectar su precio de forma significativa en el largo plazo. Su demanda, basada en el histórico de precios de mercado de sus ofertantes, varía de un país a otro, y está siempre en constante flujo. De esta forma, el concepto bajo el cual si los precios aumentan el volumen demandado disminuye, es limitado en cierta medida,

pues las pendientes de demanda o su elasticidad puede diferir pero los precios se conservan casi iguales en todas partes, siendo más relevantes las características y tendencias de consumo de los mercados de destino (Payne, 1994: 02).

Por otra parte, el comercio global de los productos derivados de la pesca, desempeña un rol clave en el uso y la recolección que se le da al pez vivo (materia prima de las conservas de atún) y por lo tanto es una parte significativa de cara hacia el futuro de la industria procesadora y de la acuicultura en general. Como se hace referencia en líneas previas, la pesca y sus bienes con valor agregado se encuentran entre los commodities alimenticios más comercializados a nivel mundial, y con los países en desarrollo, como el caso de Ecuador, cubriendo la mayor parte de la cuota de exportaciones mundiales. De la misma forma, la industria transformadora de la pesca depende en extremo de los países desarrollados como proveedores de sus importaciones para su consumo local o manufacturas alternativas. En años posteriores a la década de 2000, esta tendencia se vio acelerada debido a políticas de liberalización comercial, innovación tecnológica, mejoras tanto logísticas como técnicas, y un componente de valor agregado en más complejos procesos de cadenas de distribución y campañas de promoción, lo cual produce que un bien primario o industrializado de la pesca (proveniente de cualquier país), cruce varias fronteras antes de ser comercializado o consumido de manera directa (Sumalia et al, 2014: 25-27).

Así, bajo todo el contexto que se expone de manera previa, y de acuerdo a estudios de tendencias analizados en el más reciente trabajo de directrices futuras sobre comercio y precio de productos agrícolas: “Agricultural Outlook 2013-2022”, desarrollado por la FAO y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2013: 58-61), se pronostica que el aumento de la demanda de materia prima en esta industria, continuará estimulando la producción de sus productos derivados, la cual se espera sobrepase los 170 millones de TM para el 2021. Este crecimiento, será de manera principal dirigido por la industria primario-transformadora, la cual se pronostica alcance un 33% de crecimiento en el mismo período (2013-2021). Así, para el final del año 2030, pese a las limitaciones de la industria pesquera (restricciones de captura, cuotas de producción, costos de inversión, entre otras) se estima un a producción total de 186 millones de TM, de las cuales

cerca del 60% serán destinadas para el consumo directo, ya sea como manufactura, como en el caso de las conservas de atún, o en cualquier otra forma procesada.

Así, en consecuencia con el panorama que se describe en el párrafo anterior, se pronostica al atún en conserva hacia una década de costos de producción en aumento, pero al mismo tiempo de demanda acrecentada y precios nominales más altos. Se piensa relevante recalcar que dicha tendencia obedecerá a diversos factores de crecimiento demográfico y de ingresos de consumidores, los cuales incrementarán su demanda y el comercio de productos derivados de este tipo debido a modificaciones en corrientes de hábitos alimenticios mundiales, desarrollo de tasas de urbanización, o un consumo más alto de sustitutos de carne roja (de manera principal por filetes procesados o conservas de pescado). De esta forma, las importaciones desde mercados consumidores de este producto, cuentan con alto grado de probabilidad en su tendencia a incrementarse (Yamashita, 2008: 05).

Además se debe considerar que en el lado de las exportaciones, como se analizó de manera previa, aún con una tendencia y perspectiva positiva de cara el futuro en el panorama global del sector acuicultor, es cada país productor o proveedor de este commodity el que conduce el destino de crecimiento de sus envíos. Pese a que en un futuro a largo plazo estas se encuentran atadas de forma sustancial al desarrollo de regímenes de captura, manejo de la materia prima, o a la percepción, gustos y preferencias de los consumidores, en el corto plazo esta demanda está conducida por la inversión que en la actualidad cada nación realiza en su propia industria conservera, siendo la premisa principal que sin inversión no puede existir un futuro más promisorio para la misma. Esto en medida en la que dicha inversión es un reflejo fiel de cómo cada país es capaz de soportar los impactos externos a su industria y amoldarse a nuevos cambios, sin perder competitividad o afectar su oferta (Hamby, 2009: 02).

### **3.2.2. Perspectivas: Rosas**

En el contexto de la floricultura ecuatoriana, durante finales del año 2014, la devaluación de cerca del 80% rublo ruso marcó un panorama futuro no esperado para las exportaciones derivadas de este sector. En este mercado emergente para las rosas ecuatorianas, la dificultad para sus compradores de

acceder a productos importados tuvo como consecuencia la disminución de una relevante parte de la demanda, así como la caída del precio por tallo. De forma general, este efecto indirecto produce dos consecuencias inmediatas de cara a escenarios venideros: el primero y el que se considera de mayor reparo, de las 629 fincas productoras de rosas registradas por Expoflores, 7 (entre medianas y pequeñas) pararon su producción, impacto que provoca que la cuota cubierta de manera previa por estas productoras en el mercado internacional sea reemplazada, no por una importación proveniente de Ecuador per sé. La segunda consecuencia al mencionado efecto está ligada a la necesidad en la búsqueda de otros destinos que permitan colocar la demanda que en principio va a ser dirigida al mercado ruso, generando sobreoferta e impactando las propias exportaciones nacionales al generar competencia interna, lo que crea precios bajos. Así bajo esta coyuntura, se predice que el próximo par de años se produzca un período de ajuste, en donde las exportaciones pueden reducirse entre 80 y 100 millones a pesar de mostrar un ligero incremento en su volumen de exportación en cerca del 4% (Revista Líderes, 2015: 01).

Así, la coyuntura de Ecuador en el mercado ruso del año 2014 expone de forma precisa la caracterización del mercado mundial de rosas (y en general de las flores cortadas) y bajo que parámetros este moldea sus perspectivas futuras. Ante esto, se cree necesario el ratificar que los posibles escenarios futuros en términos de crecimiento y demanda para flores de corte, como ya se describe en párrafos previos para el caso específico de las rosas, están basados en un consumo considerado suntuario. Su nivel de crecimiento o decrecimiento se ata al nivel de ingresos de un mercado en particular, al desarrollo de nuevas tendencias de moda, gustos, hábitos y preferencias, provocando que sus tendencias de comercio se presenten variables en el tiempo (Oficina de Estudios y políticas agrarias de Chile, 2007: 04).

Ante este escenario, diversos estudios prevén que la industria florícola ecuatoriana y su producto estrella, la rosa, no exhiba los mismos índices de prosperidad del último periodo. Los años venideros, están marcados por las dificultades que complicaron las exportaciones de este producto en la actualidad, de manera principal relacionados a la sobreoferta que existe en el mercado internacional, la reducción en la cuota de participación en mercados relevantes debido a factores externos, la devaluación de moneda de

competidores principales como Colombia Y Kenia, y componentes adicionales como el clima que afecta la producción y resta competitividad al sector. Además, la contracción económica de las principales economías del mundo, es un factor adicional que influirá de forma significativa, pues al ser un producto de ciclo corto y contar con un exceso de oferta que no puede ser comercializado, se requiere el generar nuevas camadas de rosas, lo que implicaría cambiar formas de cultivo y afectar la calidad, pero bajo el condicionante de ya no apuntar hacia mercados élite que exigen un producto de bien calidad, entorno que también ocasiona difícil prever una mejora de precios (Romero B. , 2015: 50).

No obstante, pese a que no se muestra un panorama alentador en el corto plazo, existen herramientas que permitirán mitigar esta perspectiva de desaceleración el mediano y largo plazo. Uno de ellos es la relevante diversificación de destinos con la que cuentan las exportaciones de rosas de Ecuador, que a diferencia de sus principales competidores sudamericanos y africanos, llegan a más de 100 mercados en el mundo. Sumado a esto se encuentra la vanguardia tecnológica en producción y comercialización de sus productores, la cual permite disponer de herramientas para el correcto y constante crecimiento en este sector productivo, el cual se cree contribuirá a reducir costos y aumentar la competitividad (Parra, 2015: 62). Así, debido a la substancial cantidad de aspectos externos bajo los cuales convergen oferta y demanda de flores a nivel global, se considera a estas ventajas competitivas una base fundamental que permitirán reducir los riesgos que supone su comercialización, y que facultará en periodos futuros el mejor manejo de un mercado con menos distorsión (Romero B. , 2015: 53).

### **3.2.3. Perspectivas: Aceite de palma en bruto**

Durante la última década, la producción de aceite crudo de palma tuvieron una expansión agresiva, resultando en un crecimiento de área mundial de plantación de palma aceitera de 10 a 18 millones de hectáreas entre los años 2000 y 2013. Estudios previos realizados por Naciones Unidas y organizaciones privadas, demostraron que parte de este significativo aumento se llevó a cabo debido en el aprovechamiento de grandes extensiones de bosque tropical, de manera particular llevados a cabo por Malasia e Indonesia, centros mundiales relevantes de manufactura de este producto. En adición, países de regiones tropicales (emergentes y en desarrollo) a escala global,

como el caso de Ecuador, también promovieron el beneficio del cultivo y posterior transformación de la palma aceitera, como una fuente significativa para el crecimiento de sus estructuras exportables y una base sólida de dependencia alimentaria o energética (Pirker et al, 2015: 02). De esta forma, a medida que la industria del aceite de palma se desarrolla, nuevas y múltiples facetas económicas, ambientales, sociales, y de producción, son consideradas con el fin de obtener una estimación futura de su sostenibilidad en el largo plazo (Basiron & Chan, 2014: 03-04).

En esta coyuntura, uno de los aspectos más relevantes de este contexto desde el punto de vista del comercio, es el creciente reconocimiento en el mercado mundial de este producto como una potencial materia prima para el desarrollo de combustible y el uso que en la actualidad se le da como aceite comestible. Así, la proporción de aceite crudo en el mercado internacional de aceites vegetales se acrecentó de 30% en el año 2007 a un 39% en el 2014 de acuerdo con datos de la FAO. Esta misma recolección de datos proyecta que la tendencia de la demanda sobre el aceite vegetal será positiva y permanecerá como un commodity dominante en el suministro mundial. Información recogida por R. Corley en su investigación "How much palm oil do we need?" (2012: 134-139) señala que para el año 2050, las demandas futuras de aceite comestible alcanzarán las 240 TM, siendo el aceite crudo de palma un protagonista relevante, pues dentro de los principales aceite vegetales de consumo, es el de menor costo de producción.

Con esto, se implica que la manufactura de este producto continuará expandiéndose. Si se excluye la demanda futura para la producción de biocombustibles, el mismo autor señala que se podrían requerir 12 millones de hectáreas de palma adicional si los rendimientos promedio permanecen creciendo en el mismo ritmo. Además, si se examina otras estadísticas sobre la palma aceitera, estas arrojan información en la que se proyecta que tanto la superficie de palma cultivada, como la productividad por área de la misma planta, se acrecentó de forma significativa en los últimos 50 años. Las zonas cultivadas en general, se expandieron de 3.6 millones de hectáreas en 1960, a 16.4 millones de hectáreas en el 2011, con la producción particular del aceite crudo (CPO) desarrollándose de manera exponencial de 1.4 millones de TM a principios de los sesenta, hasta cerca de los 50 millones de TM en el 2011 (Budidarsono et al, 2014: 02).

De esta forma, el contexto que se expone de manera previa señala que en el corto plazo, la expansión de áreas cultivadas de palma, seguirá siendo el puntal más relevante para el incremento en la capacidad de la producción aceite crudo. En el mediano plazo, la tendencia hacia la integración industrial para el aprovechamiento de este producto será más evidente, en adición a la (cada vez más relevante) directriz por la búsqueda de químicos derivados de aceite y combustibles alternos. Por último, en las perspectivas a largo plazo, se establece un desarrollo focalizado sobre una gestión de producción más eficiente, la cual permita incrementar la productividad (Price Waterhouse Cooper Indonesia, 2012: 04). Si se ajusta esta realidad al contexto ecuatoriano, con el fin de seguir en el camino de expansión de la industria global de aceite en bruto, el mantenimiento de las ventajas competitivas con las que se cuentan en la actualidad es el desafío más relevante a considerar. El mejorar la eficiencia y productividad con el fin de reducir costos de producción, explorar nuevos mercados para diversificar la entrada de ingresos, y ampliar la demanda, son enfoques a tomar en cuenta para una consolidación completa de la industria nacional en el futuro (Khoo Khee & Chandramohan, 2007: 15).

#### **3.2.4. Perspectivas: Harina de pescado**

La harina de pescado es reconocida por la industria de la nutrición animal como uno de los insumos más relevantes debido a su alta calidad y digestibilidad, el cual se incorpora a la dieta de una gran mayoría de animales de granja y se muestra de manera creciente en acuicultura. En la actualidad, la producción mundial de este producto es cercana a los cinco millones de toneladas. Para su fabricación, de acuerdo a estimados de la IIFO, se usan alrededor de 22 millones de toneladas de materia prima, de la cual el 75% proviene de peces enteros y el restante se obtiene de los subproductos provenientes del procesamiento de la materia prima destinada al consumo humano. Adicional al estimado de casi 12 millones de toneladas de peces pelágicos que son usados en la manufactura de harina, se suman otros cinco millones de toneladas de otros peces, cuya gran mayoría proviene de las pesquerías de arrastres mixtas, localizadas en el este del continente asiático (García & Rosenberg, 2010: 01). Con el contexto de estas cifras, se muestra la alta dependencia que varios sectores tanto de crianza, como de la acuicultura de peces y crustáceos tiene por este insumo, considerado de manera particular fuerte dentro de los alimentos compuestos para otras especies y de la misma forma sientan las bases para el análisis del comportamiento futuro de las



exportaciones de harina de pescado ante el incremento de su demanda, consumo per cápita, y desarrollo de la población (Tacon G.J., 2008: 147).

En esta coyuntura, la demanda sostenida de harina de pescado en el mercado internacional, y la disminución de la producción de sus principales proveedores (como el caso peruano) ocasionaron que el precio de dicho producto se eleve de forma significativa a niveles no antes registrados, pero al tratarse de un commodity, este factor es en extremo volátil, sujeto a expensas tanto de cambios en la demanda como otros shocks externos relacionados con la materia prima, como se menciona en párrafos correspondientes al análisis de este bien en particular. Así, en principio, se proyecta al aumento de la producción de harina de forma limitada, un factor relevante en este aspecto, es el estricto control sobre administración y monitoreo de cuotas de pesca establecidas en pos de frenar la sobreexplotación. A esto se suma también la progresiva demanda de mercados que requieren al menos una parte de las capturas para consumo humano directo o producción de bienes alternativos. No obstante, en términos de volumen, las proyecciones para su aumento son más prometedoras, pues se espera que la industria pesquera sea capaz de concentrar más puntos en el mediano plazo, concentrando también la producción acuícola, lo que en principio se predice aportará a un aumento de en la manufactura de la harina (Jackson, 2012: 01).

De esta forma, en el balance de producción de este producto para los próximos años debería permanecer al menos en los índices actuales continuando en estrecho vínculo con la producción de la industria acuícola, como lo señala el informe anual sobre el Estado de la Pesca y la Acuicultura de la FAO (2012: 208):

*“A pesar de la discusión sobre la disponibilidad y el uso de ingredientes de los alimentos acuícolas, los cuales se centran en la harina y el aceite de pescado, teniendo en cuenta las tendencias del pasado y las predicciones actuales, la sostenibilidad del sector acuícola probablemente estará estrechamente vinculada con el suministro sostenido de proteínas animales y vegetales, así como aceites y carbohidratos de la misma fuente para la producción de alimentos acuícolas “.*

De esta forma, como se señala en el mismo informe, la parte de pesca que se destina para la producción de harina de pescado será cercana a un 17% para el 2021, presentando una reducción del 6% en comparación con lo

registrado desde el año 2009. En este contexto, para el mismo año, la producción de este bien industrializado deberá alcanzar un 15% más en comparación con los valores actuales, siendo más del 81% de este incremento una derivación de la utilización más sostenida de materia prima y desechos de pez vivo, el aumento de los ingresos y la urbanización, y el mayor consumo de conservas preparadas y filetes de pescado, las cuales producirán una creación de residuos destinadas de forma total para la elaboración de este producto. De forma concreta, como consecuencia de la ligera disminución de la pesca de captura y una preferencia por la harina de pescado destinada a la alimentación y crianza de otros animales, la expectativa en aumento de los precios de este producto son entre un 55% y 59% en términos nominales (FAO, 2012: 209-2010).

Por otro lado, si se presenta un escenario de escasez de materia prima o suministros, está previsto que la demanda aumentada guíe hacia un incremento de la relación entre precios del pescado y el caite de semillas oleaginosas (como el caso de la soya). Así, como línea de fondo para el destino de este producto manufacturado, a medida que el sector de la acuicultura crece y madura, la disponibilidad y producción de harina de pescado se incrementará para disposición del mercado internacional (De Silva, et al, 2011: 17).

### **3.3. Posibles Escenarios futuros para los productos seleccionados y su influencia en el Sector Exterior Ecuatoriano**

De acuerdo con la publicación “Guía sobre diseño y gestión de la política pública” desarrollada por E. Ortigón (2008: 202) se precisa que la definición de un escenario está vinculada al entorno y marco conceptual bajo el cual determinado análisis es desarrollado. De forma general, bajo esta concepción, un escenario se define como un panorama coherente del futuro sobre un problema o situación de estudio, el cual presenta una cierta incertidumbre o riesgo. A través del mismo, es posible visualizar tendencias y cambios presentes en ciertas variables y su entorno global, con el fin de instaurar alternativas para la toma de decisiones sobre estrategias viables. Bajo el enfoque de esta percepción, se afirma la importancia de la creación de ciertos escenarios para los productos sujetos de análisis en este Trabajo de Investigación, definiéndolos no como previsión del futuro próximo, sino más bien como un análisis cuantitativo de cómo podría darse dicho futuro en el corto

plazo. A través del mismo, en los siguientes párrafos, se modificarán las variables relevantes que definen la evolución y crecimiento de los productos que se desarrollaron, y con ello será posible el contrastar si aún en situaciones adversas u más optimistas, su influencia en las exportaciones ecuatorianas se considera todavía de relevancia. Para este fin, se usará de nueva cuenta a la Contribución de cada producto en el Saldo de Balanza Comercial, como una herramienta con la que se persigue determinar cuan influyente o no puede llegar a ser determinado producto de exportación en el sector exterior ecuatoriano bajo circunstancias diferentes.

### **3.3.1. Escenario Intermedio**

Para este escenario se tomó los crecimientos anuales promedio de cada sub partida estudiada en el presente Trabajo de Investigación durante el período 2007-2014. Dicho crecimiento se añade al valor de exportación FOB registrado durante el 2014, en pos de obtener valores aproximados para los años 2015 y 2016. Así, en el caso de las Conservas de Atún se añade un 14%, para las Rosas un 2%, el Aceite Crudo de Palma contempla una adición del 18% y por último para la Harina de Pescado un 9%. De esta forma, como se observa en el Tabla 26, las Conservas de atún pese a tener un crecimiento añadido menor que el del Aceite de Palma en ambos años (2015 y 2016) continuarán con una contribución mayor al Saldo de Balanza Comercial, predominando como un commodity protagonista en las exportaciones ecuatorianas.

En el caso de las Rosas, debido a su no tan optimista escenario para el futuro a corto plazo, el cual se menciona en párrafos anteriores, no presenta cambio significativo en su aporte, pero se mantiene de forma positiva. En cambio en el Aceite Crudo de Palma se exhibe una particularidad, aunque su crecimiento promedio añadido es el más elevado de todos, los valores de exportación, todavía por debajo de las dos sub partidas anteriores, no permiten que este exhiba un aporte trascendental en el Saldo global del comercio de Ecuador. No obstante, de mantenerse un ritmo de crecimiento sostenido, en el largo plazo podría jugar un papel fundamental en el aumento de su contribución. Esta situación se replica para la Harina de Pescado, bienes que por sus ventajas competitivas y naturaleza necesaria en el desarrollo de otras

industrias, cuentan con un potencial que se considera debe ser aprovechada para escenarios futuros (Ver Gráfico 55).

TABLA 26

PROYECCIÓN 2015-2016 DEL INCREMENTO DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO, BASADOS EN EL CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO DE SUS EXPORTACIONES EN EL PERÍODO 2007-2014

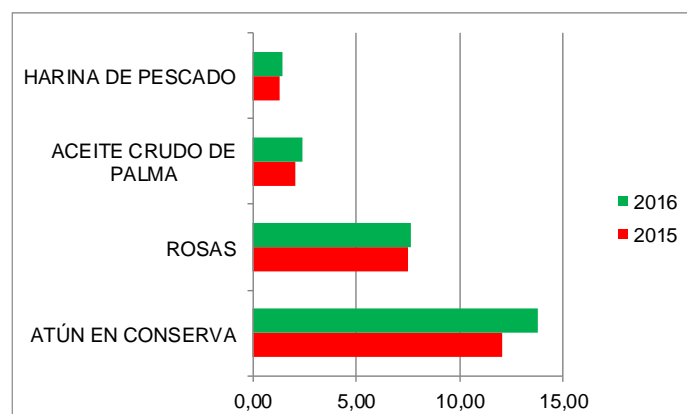
PRODUCTO	CRECIMIENTO*	CSBC (%)		
		2014	2015	2016
ATÚN EN CONSERVA	(+) 14%	10,10	12,07	13,76
ROSAS	(+) 2%	7,01	7,49	7,64
ACEITE CRUDO DE PALMA	(+) 18%	1,65	2,04	2,41
HARINA DE PESCADO	(+) 9%	1,13	1,29	1,40

\*Crecimiento promedio registrado durante el período 2007-2014. El mismo toma en cuenta también los decrecimientos presentados durante el mismo espacio de tiempo.

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

GRÁFICO 54

PROYECCIÓN DE LA EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO. ESCENARIO INTERMEDIO. AÑOS 2015 Y 2016



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

### 3.3.2. Escenario Conservador

En esta predicción, el valor añadido para cada sub partida estudiada se tomó del crecimiento anual más bajo durante el período 2007-2014. Así, en el caso de las Conservas de Atún se seleccionó el ciclo 2012/2013, el cual exhibe

un crecimiento del 25,2%. Para la sub partida Rosas, los años 2012/2013 con un 5,7%. En el Aceite crudo de Palma se añade el incremento del período 2013/2014, el 27,2%. Por último, la sub partida de la Harina de pescado proyectará un incremento del 6,6%, el cual se registró durante los años 2007/2008. De esta forma, como se observa en la Tabla 27, el producto en el que se muestra un mayor aumento en el aporte al Saldo de Balanza Comercial son las Conservas de Atún, las cuales de mostrar un crecimiento anual sostenido de más del 25% (y no presentar decrecimientos) acrecentarían de forma significativa en la ayuda al déficit de la Balanza Comercial ecuatoriana. El caso de las Rosas y la Harina de pescado se debe destacar también que a pesar de que su crecimiento en el corto plazo no supere el 10%, su aporte al Saldo de Balanza continuará siendo positivo, y les permitirá seguir siendo una contribución a tomar cuenta. Además se debe destacar que si en momento determinado sus valores de exportación despuntan de forma inesperada, se puede presentar un panorama de mayor reconocimiento. En el caso del Aceite crudo de palma, una vez más se puede apreciar que dado sus altos índices de crecimiento anual, si sus exportaciones son potenciadas de manera apropiada y se multiplican con referencia a los valores de la actualidad, su aporte al Saldo de Balanza podría alcanzar niveles equiparables al de las Conservas de Atún, convirtiéndose en un producto clave dentro de las exportaciones ecuatorianas, no sólo en el grupo de las No Tradicionales, sino en la estructura de su matriz general.

Por otro lado, si se contrasta las proyecciones tanto para el 2015 como para el 2016 (Ver Gráfico 56), se sondea que no existen cambios excepcionales de año a año. No obstante, si se considera es en extremo destacable que los valores futuros que se obtuvieron son en base al crecimiento más bajo exhibido por las exportaciones de los productos seleccionados en el período 2007-2014. Esto, sumado a que las perspectivas de todos los productos, aunque en algunos casos (como el de las Rosas) en el corto plazo no muestran aumentos sustanciales de crecimiento, tampoco predicen decrecimientos, contexto bajo el que se piensa que los cuatro bienes que se analizaron en este escenario en particular, continuarán siendo de importancia en el futuro de la base comercial del país.

TABLA 27

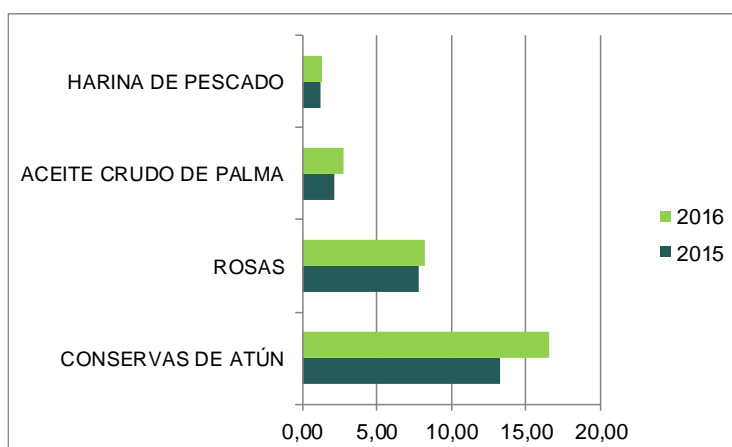
PROYECCIÓN 2015-2016 DEL INCREMENTO DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO, BASADOS EN EL CRECIMIENTO ANUAL MÁS BAJO DE SUS EXPORTACIONES EN EL PERÍODO 2007-2014

PRODUCTO	CRECIMIENTO	CSBC (%)		
		2014	2015	2016
ATÚN EN CONSERVA	(+) 25,2%	10,10	13,23	16,54
ROSAS	(+) 5,7%	7,01	7,77	8,21
ACEITE DE PALMA EN BRUTO	(+) 27,2%	1,65	2,20	2,79
HARINA DE PESCADO	(+) 6,6%	1,13	1,26	1,34

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

GRÁFICO 55

PROYECCIÓN DE LA EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS SUJETOS A ESTUDIO. ESCENARIO CONSERVADOR. AÑOS 2015 Y 2016



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

### 3.3.3. Escenario Optimista

Este nuevo escenario de proyección se construye tomando como base de incremento a las cifras de las exportaciones de los productos sujetos de estudio, a los valores de crecimiento anual más altos durante el período 2007-2014. Así, para las Conservas de Atún, las Rosas, y el Aceite crudo de Palma, se seleccionó la etapa 2010/2011, la cual mostró el despunte más alto de estos productos, con un crecimiento del 72,2%, 15%, y 141,4% respectivamente. En el caso de la Harina de pescado, el crecimiento de referencia fue durante los

años 2012/2013, en el cual se exhibió un aumento del 30% en sus exportaciones (Ver Tabla 28). En esta coyuntura, como se expone en el Gráfico 57, al aumentar las exportaciones de estos productos a sus valores de referencia más altos, se obtiene que sus aportes al Saldo de Balanza Comercial no sólo se mantendrían positivos, si no que aumentaría de forma relevante en todos los productos.

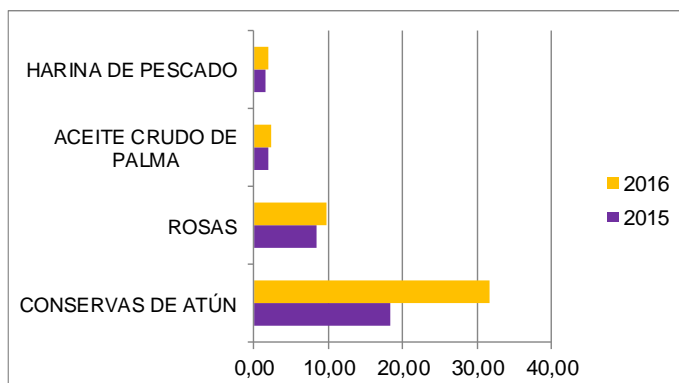
De estos, las Conservas de atún, marcaría el cambio más significativo, triplicando su aporte en apenas dos años si se toma como referencia el año 2014, contexto en el que se muestra la importancia de este producto para la matriz de exportaciones de Ecuador. En el caso de las Rosas, el Aceite crudo de palma y la Harina de pescado la ampliación del aporte al Saldo de Balanza se daría como en los escenarios anteriores, de forma proporcional al aumento de sus exportaciones. Sin embargo se considera necesario el recalcar que en todos los casos, su contribución continuará siendo clave en el desarrollo de una matriz diversificada y con más amplitud de destinos de comercialización. Esto, sumado a su condición de productos No Tradicionales permitirá aprovecharlos de forma exitosa si se utiliza un enfoque basado en la sustentabilidad, el fortalecimiento de sus respectivas industrias, y el aprovechamiento de sus ingresos para constituir que estos aporten con un Crecimiento Económico sostenido en el tiempo, el cual consienta seguir disfrutando de sus réditos durante largos períodos.

**TABLA 28**  
**PROYECCIÓN 2015-2016 DEL INCREMENTO DE LA CONTRIBUCIÓN AL**  
**SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS**  
**SUJETOS A ESTUDIO, BASADOS EN EL CRECIMIENTO ANUAL MÁS ALTO**  
**DE SUS EXPORTACIONES EN EL PERÍODO 2007-2014**

PRODUCTO	CRECIMIENTO*	CSBC (%)		
		2014	2015	2016
CONSERVAS DE ATÚN	(+) 72,2%	10,10	18,32	31,69
ROSAS	(+) 15%	7,01	8,45	9,72
ACEITE CRUDO DE	(+) 141%	1,65	1,97	2,25
HARINA DE PESCADO	(+) 30%	1,13	1,53	2,00

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

**GRÁFICO 56**  
**PROYECCIÓN DE LA EVOLUCIÓN PORCENTUAL DE LA CONTRIBUCIÓN**  
**AL SALDO DE BALANZA COMERCIAL ECUATORIANA DE PRODUCTOS**  
**SUJETOS A ESTUDIO. ESCENARIO OPTIMISTA. AÑOS 2015 Y 2016**



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
 Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Bajo la información que se expone a lo largo de este Capítulo, se evidencia las implicaciones del componente exportador e importador en la Balanza Comercial Ecuatoriana. Más aún, con el fin de conocer sus limitaciones, se realiza un diagnóstico de la misma, con lo cual se persigue forjar las bases para el planteamiento de alternativas que contribuyan en aliviar su déficit. En este contexto, bajo la utilización de la herramienta econométrica de la Contribución al Saldo de Balanza Comercial, se expone el aporte real de los productos sujetos de estudio de esta investigación, y de esta forma se ratifica su fortaleza y el dinamismo por el cual se destacaron en Capítulos previos. Además, se investigó las perspectivas de cada uno, con el fin de conocer sus expectativas en el corto, mediano y largo plazo. Así, atado a este contexto, se exploraron tres posibles escenarios de crecimiento, en donde determinadas variables fueron modificadas con el objetivo de profundizar si aún en un crecimiento fluctuante estos productos son capaces de contribuir de forma positiva a la estructura exportadora y económica del Ecuador. En el Anexo 3 se muestra los tres escenarios antes planteados en valores reales para los años 2015 y 2016.



## **VI. ANÁLISIS**

El comercio exterior es una de las principales fuentes de dinamismo de la economía de Ecuador con el resto del mundo. A lo largo de los años, su prosperidad y estabilidad comercial se moldeó bajo el rumbo del éxito o fracaso de sus principales exportaciones. En este contexto, durante las últimas cuatro décadas, un producto destacado (el cacao, el banano, el camarón y de forma más reciente el petróleo) fue en relevante medida, el responsable tanto de fijar el curso de la economía ecuatoriana, como de condicionar su estructura exportadora, obstaculizando un marco más significativo de diversificación. Así, Ecuador forjó su matriz de comercio siendo de manera fundamental un exportador de materias primas con poco valor agregado, las cuales están atadas tanto a efectos externos, como a barreras de acceso a mercados desarrollados a nivel industrial.

Sin embargo, como resultado de una política de apertura comercial iniciada en los años noventa, a través de la cual se buscaba fortalecer el desarrollo de la manufactura y la venta de nuevos productos, el crecimiento de las exportaciones No Tradicionales fue de referente importancia y coincidió con los esfuerzos emprendidos en dicha década por liberalizar las exportaciones. Bajo este marco de antecedentes, se considera de elemental importancia el analizar desenvolvimiento de las exportaciones No Tradicionales ecuatorianas en el mercado internacional durante el período comprendido entre los años 2007 y 2014 y a través del mismo, destacar si la contribución de sus productos más relevantes en términos de crecimiento anual promedio y valores de exportaciones FOB, así como su desarrollo y tendencias futuras en el mercado internacional, representan una alternativa la cual impulse valor añadido dentro de este determinado grupo de valores exportables, al tiempo que impriman dinamismo a la economía del Ecuador.

Este proceso, se fundamenta de manera principal en el intento de disminuir la vulnerabilidad a la que los productos de exportación ecuatoriana se encuentran expuestos, consecuencia de elementos como el detrimento en los términos de intercambio con el entorno exterior, los riesgos relacionados a la volatilidad en el concepto de ingresos de divisas provenientes del intercambio comercial, y en general la dependencia hacia un solo tipo de valor de exportación, factores perjudiciales para un crecimiento económico sustentable en el tiempo. Los mismos, se evidencian de forma clara en la

estructura del sector externo ecuatoriano, la cual durante el período analizado mantienen al sector Petrolero y a las Exportaciones Tradicionales como puntal de crecimiento económico. De esta forma, siguiendo preceptos iniciados por autores como Lewis o Keynes, se piensa que es imperativo implementar estrategias de diversificación positiva, que enmarquen tanto en términos de productos nuevos (y poco conocidos) así como mercados internacionales no explorados, elementos clave para la contribución eficaz al Crecimiento Económico de la nación, pues bajo este contexto es posible acceder a la obtención de ventajas comparativas en un rango de bienes más desarrollados, afianzando los ingresos por concepto de exportaciones y brindando protección con respecto a las variaciones de precios internacionales de las materias primas.

Así, se observa que en base a postulados del Crecimiento Económico de la CEPAL desarrollados a principios del siglo XX, esta transición implica que frente a una realidad en donde se mantienen patrones de producción y exportación de bienes Tradicionales, se vuelve necesaria una nueva lógica de participación en mercados comerciales internacionales, puesto que a través de esta es posible identificar nuevos bienes potenciales los cuales se presume son capaces de satisfacer nuevas necesidades y demandas desconocidas de manera previa. A partir de los inicios de las teorías económicas en donde se pondera la importancia del comercio dentro del contexto internacional, el desarrollo de una economía globalizada está en relevante dimensión ligado a esta transición hacia nuevos mercados. Este concepto (el cual fue profundizado por autores como David Ricardo) en donde se destaca la importancia de la especialización de un país con el fin de obtener un beneficio dadas las condiciones favorables para la producción de determinados bienes, se transformó con el tiempo, mutando en otra connotación globalizada, la cual apalanca al Crecimiento Económico como un concepto en el cual, dentro de un mercado extranjero, un país puede exportar cualquier bien y/o servicio de acuerdo a no solo a las ventajas competitivas que este ofrezca, si no a los beneficios tanto productivos como económicos que estos traigan a su país de origen.

En este contexto, en el caso particular de Ecuador, la demanda de sus socios comerciales conlleva a la búsqueda de nuevas oportunidades en determinados sectores. Al analizar más en profundidad las Exportaciones No

Tradicionales, se evidencia un patrón de ventaja en los niveles antes mencionados, en productos como conservas de atún, rosas, aceite de palma y harina de pescado. En el mismo sentido, este patrón de producción se alinea a la teoría de la ventaja comparativa también preponderada en el Crecimiento Económico de la CEPAL, donde los países exportan los bienes que producen de manera más eficiente e importan aquellos que no pueden producir, o son producidos de manera ineficiente.

En el análisis realizado, se indica que las Conservas de Atún muestran una contribución positiva al Saldo de Balanza Comercial en todos los años del período 2007-2014, y presenta un promedio de crecimiento acelerado del 11% frente al promedio mundial (4%), sólo siendo superado durante este período sólo por Tailandia. Por otro lado, la tendencia de exportación de Rosas consolidó a este producto como el bien No Tradicional Primario más relevante, dado su crecimiento anual del 2% entre los años 2008-2014 y su participación del 65% en valores de exportación FOB dentro de la industria de flores del Ecuador. En cuanto al Aceite de Palma, este exhibió un crecimiento promedio anual del 17%, el cual despuntó en especial durante el año 2010 alcanzando cerca de un 140%, siendo después de las conservas de atún, el segundo producto industrializado de mayor valor promedio de exportación en términos FOB. Por último, la producción y exportación de harina de pescado ecuatoriana logró sostenerse e incluso incrementarse debido a su importancia para otros sectores productivos. Su crecimiento promedio del 9% entre el 2007 y 2014 y el aumento exponencial de sus exportaciones en estos años conllevaron a un incremento sostenido de la influencia de este producto en la Balanza Comercial ecuatoriana.

Además, en la tendencia creciente de los mismos, se observa que la diversificación y búsqueda de nuevos mercados a través de los productos No Tradicionales, se convirtió en una política de importancia relevante para Ecuador, pues los socios comerciales que el país tiene crecieron de manera sostenida en años recientes. A principios de la década de los noventa, las exportaciones No Tradicionales representaron apenas el 6,7% del total de exportaciones ecuatorianas en ese período. Estas tuvieron cerca de 70 países como destino, siendo el bloque comercial TLCAN su principal mercado, el cual concentró el 40,8% del total exportado, pero con la presencia de Estados Unidos como actor relevante, el cual fue aportó con un 37,2% de participación.

El segundo destino en relevancia fueron los miembros de la Comunidad Andina de Naciones, la cual tuvo una participación del 25,2% de las exportaciones, aquí se destacó Colombia (17,4%) y con menor aporte Perú (7,6%). Por último, la Unión Europea fue mercado para el 15,7% de las exportaciones no tradicionales, dentro de este bloque se destacaron países como el Reino Unido y Alemania con un 4% y 3,3% respectivamente.

No obstante, en la década del año 2000, se observa que el número de destinos de exportación aumentó a 134, en donde las Exportaciones No Tradicionales alcanzaron el 24,1% de participación en las exportaciones totales y 47,5% en las No Petroleras, un aumento de 34 puntos porcentuales en referencia a 1990. Pese al aumento del número de mercados, los principales destinos de la década anterior se mantuvieron como los más relevantes. El TLCAN con una participación del 30,3% de las exportaciones y con Estados Unidos concentrando el 23,8% de la misma encabeza la lista. La CAN ocupa el segundo lugar con el 27,8%. Colombia se mantuvo como el líder dentro del grupo con una participación del 21,9%. La Unión Europea cerró el tercer destino más relevante con el 17,9%, pero con Holanda y España como actores diferentes precediendo como principales compradores, ambos con un 5% y 2,9% respectivamente en la participación.

Sin embargo, al analizar la participación de productos No Tradicionales en el contexto internacional, se evidencia que adicional a la búsqueda de nuevos socios comerciales, es necesario planificar la resolución de impedimentos para el crecimiento eficiente del número de socios comerciales. De esta forma, se comprueban que los principales problemas a vencer con el fin de fortalecer los productos ecuatorianos son de tipo logístico y de arancelario, así como la debilidad en volúmenes de exportación que afectan la demanda de nuevos mercados. Esta mejora de la productividad del trabajo conllevaría a un crecimiento del nivel de la vida de las personas, puesto que el país estaría en mejores condiciones para competir a un nivel más elevado. De esta forma, se pueden fomentar las exportaciones sin limitarse a países de la región con los cuales se compite debido a la similitud de bienes de exportación. Con esto se consigue una evolución sostenida de la diversificación de destinos que ayuden a mantener un crecimiento sostenido de las exportaciones.

Por último, bajo la perspectiva de Comisión Económica para América Latina y el Caribe, se ratifica que el crecimiento progresivo en la economía en una nación está ligado a factores de relevante dinamismo como la diversificación de productos, la inversión, el crédito, el consumo interno y los mercados internacionales. En este sentido, la importancia de una balanza comercial positiva radica en el reflejo del comercio que es llevado a cabo en un país a través de la misma. Bajo este indicador, es posible identificar qué tipo de productos o servicios extranjeros son demandados (en general por falta o nula calidad de producción dentro del mercado nacional), cómo estos son cubiertos, y a la vez, identificar si existen condiciones para ingresar en los mismos sectores o las oportunidades que estos presentan.

En este contexto, se constató que los cuatro productos sujetos de análisis presentan participaciones positivas en el Saldo de Balanza Comercial. A pesar de las barreras arancelarias existentes en sus mercados, y su relevante competencia proveniente de la oferta de otras naciones, sus valores de importación y crecimiento anual promedio los convierten en productos clave dentro del desarrollando adecuado del sector exportador en la economía ecuatoriana, y ratifica la concepción en la cual se observa que de ser aprovechados de forma sostenible, pueden alcanzar un parte significativa no solo dentro de las exportaciones No Tradicionales, si no de la estructura general de la matriz de comercialización económica del Ecuador.

## **VII. CONCLUSIONES**

- En base a toda la exploración realizada en este Trabajo de Investigación, se concluye que la Hipótesis planteada al inicio de este Trabajo de Investigación: “La dinámica de crecimiento mostrada por las exportaciones No Tradicionales en años recientes ocasionaría la necesidad de potenciar la oferta exportable actual, labor que conduciría al aprovechamiento de sus productos más relevantes como una alternativa de crecimiento económico eficiente debido a la alta demanda existente en la actualidad en mercados internacionales, y a su vez, sirviendo como medio para aliviar el déficit en la balanza comercial no petrolera”, se cumple de forma total. El contexto de dinamismo emergente del componente de exportación No Tradicional ecuatoriano evidenciado, sumado a la significativa importancia de los cuatro productos sujetos de análisis dentro del sector exterior del país, se ratifica a través de sus cifras de demanda en mercados internacionales, elevados valores de exportación promedio, notable crecimiento anual promedio, contribución positiva en el Saldo global de la Balanza Comercial ecuatoriana durante el período 2007-2014, factores de competitividad, perspectivas, y tendencias futuras de crecimiento; demuestran que en conjunto, los productos No Tradicionales se afirman como una alternativa de Crecimiento Económico eficiente, a través de la cual además de involucrar una alternativa de alivio para el déficit de la Balanza Comercial ecuatoriana en sus componentes Petroleros y No Petroleros, es posible el desarrollo de una economía que incluye cambios en la estructura productiva y exportadora del Ecuador, dotándolo de un espectro de mercados internacionales más amplio y diversificado. Se considera relevante destacar que este enfoque es ratificado en otras conclusiones relevantes descritas en las siguientes líneas:
- Ecuador se caracteriza por su naturaleza de nación mono exportadora, en extremo dependiente del sector externo. De esta forma, aunque la matriz de exportaciones ecuatoriana se diversificó en años recientes, el grado de manufactura y escaso valor agregado de sus exportaciones no le permite consolidarse dentro de un mercado internacional.
- Desde el año 2007, el comercio exterior ecuatoriano se distingue en general por presentar dinamismo y tasas de crecimiento anuales positivas. Pese a que la dolarización representa una pérdida de competitividad dada la imposibilidad

de devaluar una moneda extranjera, se evidencia que las exportaciones registran tasas de crecimiento positivas, sobre todo en el periodo 2010 – 2014.

- Las Exportaciones Petroleras tienen una alta representatividad dentro de las Exportaciones Totales, con el petróleo y sus derivados, constituyendo en promedio más del 55% de las mismas durante el período analizado. En esto se evidencia una notable dependencia de la economía ecuatoriana sobre las exportaciones basadas en recursos no renovables.
- No obstante al contexto de la relevancia de las Exportaciones Petroleras, las Exportaciones No Tradicionales cobraron un papel significativo dentro del dinamismo del sector exterior ecuatoriano. Así, estas pasaron a tomar durante el período estudiado una participación más relevante dentro de las Exportaciones Totales con un promedio del 40%.
- Se evidencia que el crecimiento de las Exportaciones No Tradicionales en la estructura de exportación de Ecuador obedece a un contexto vigente bajo el cual se considera necesario a la sustitución de importaciones, el fomento de las exportaciones y el mejoramiento del valor agregado y producción nacional como una proceso prioritario en pos de superar la condición primaria-extractivista-exportadora de la economía del país.
- Además, el objetivo de la diversificación de exportaciones basado en bienes No Tradicionales apunta hacia la transformación de productos, destinos y productores, con el objetivo de disminuir los riesgos ligados a la alta concentración de la actividad económica en un solo sector económico o destino comercial. Debido a que la comercialización de productos primarios es insuficiente para la obtención de las divisas necesarias para la economía nacional, la ampliación de la oferta de estos bienes proporcionaría efectos positivos como el desarrollo de nuevos sectores y la creación de encadenamientos productivos hacia otras industrias.
- También se evidencia que la coyuntura de las exportaciones ecuatorianas está en relevante dimensión ligada al número de destinos comerciales principales a los que se exporta cada año. Pese al aumento del número de mercados en el último tiempo, los destinos de exportación de Ecuador consolidados desde principios del año 2000, se mantuvieron también como los más relevantes

durante el período 2007-2014. Estados Unidos concentrando cerca del 45% de encabeza la lista. Chile, Perú y Colombia durante los 7 años mantuvieron su posición como destinos regionales más destacados y la Unión Europea se refuerza en su papel de nuevo destino comercial emergente para el país.

- Así, ante la elevada concentración en un número determinado de destinos, se evidencia que una mayor participación de Ecuador en el mercado internacional conllevaría a la obtención de un flujo creciente y constante de divisas, así como un mayor superávit de la Balanza Comercial ecuatoriana.
- Los principales problemas a vencer con el fin de fortalecer los productos ecuatorianos son de tipo logístico y arancelario, así como la debilidad en volúmenes de exportación que afectan la demanda de nuevos mercados. De esta manera, se evidencia la necesidad de fomentar productos No Tradicionales, los cuales debido a su competitividad a través del factor calidad, limiten la competencia de países de la región con los cuales se rivaliza debido a la similitud de bienes de exportación. En esta coyuntura se considera posible una evolución sostenida de la diversificación de destinos que ayuden a mantener un crecimiento continuo de las exportaciones.
- Se constata también que a través de la búsqueda de destinos comerciales internacionales no antes explorados, es posible identificar productos potenciales de exportación distintos, los cuales sean capaces de satisfacer nuevas necesidades y demandas desconocidas de manera previa. Y a través de este proceso, garantizar una diversificación, tanto de la oferta exportable, como en el número de destinos hacia donde llegan nuevos productos y servicios.
- Ante la necesidad de un contexto de dinamismo más para el Ecuador, se evidencia que cuatro productos de exportación No Tradicional: Atún en Conserva, Rosas, Aceite Crudo de Palma, y Harina de Pescado, debido a su relevante valor promedio tanto en términos de exportación, como de crecimiento anual, durante el período 2007-2014, se encuentran entre los productos de exportación más dinámicos del último tiempo, lo que los convierte en candidatos idóneos para un análisis más profundo.



- El Atún en Conserva muestra una contribución positiva al Saldo de Balanza Comercial en todos los años del período 2007-2014, y presenta un promedio de crecimiento acelerado del 11% que frente al promedio mundial (4%) lo vuelve un producto de significativo crecimiento en un período de tiempo corto, otorgándole un potencial de suma importancia para el futuro
- La tendencia de exportación de las Rosas debido a su calidad y relevancia a nivel internacional consolidó a este producto como el bien No Tradicional Primario más relevante de la matriz de exportación ecuatoriana, dado su crecimiento anual del 2% entre los años 2008-2014 y su participación del 65% en valores de exportación FOB dentro de la industria de flores del Ecuador, lo convierte en otro bien de significativa importancia y potencial para una nueva estructura comercial.
- En cuanto al Aceite de Palma en bruto, este exhibió un crecimiento promedio anual del 17%, el cual despuntó en especial durante el año 2010 alcanzando cerca de un 140% de crecimiento en sus exportaciones. Después de las conservas de atún, es el segundo producto industrializado de mayor valor promedio de exportación en términos FOB. Su gran cantidad de aplicaciones en otras industrias y versatilidad, sumado a las perspectivas y tendencias futuras, le otorgan una posibilidad de crecimiento sustancial en el mediano plazo, la cual de ser aprovechada de forma sostenible, tendrá una influencia de gran magnitud para las exportaciones No Tradicionales ecuatorianas.
- La producción y exportación de Harina de Pescado ecuatoriana logró sostenerse e incluso incrementarse de forma saludable debido a la importancia de este producto en sectores productivos. Su crecimiento promedio del 9% entre el 2007 y 2014 y el aumento exponencial de sus exportaciones en estos años conllevaron a una ampliación sostenida de la influencia de este producto en la contribución dentro de la Balanza Comercial ecuatoriana, convirtiéndolo en un actor pujante dentro de los bienes de exportación más destacados.

## VIII. RECOMENDACIONES

- Al ser el aumento y la diversificación de exportaciones una prioridad para asegurar el Crecimiento Económico del Ecuador, es necesario concretar una mayor participación del país en los intercambios comerciales internacionales. Esto ayudará a la obtención de recursos por vías distintas a la exportación de petróleo y sus derivados, y una mayor contribución del componente No Petrolero en la Balanza Comercial ecuatoriana.
- Aumentar la industrialización y exportación de productos No Tradicionales debe estar respaldada por una estrategia de apertura comercial por parte de las autoridades del gobierno de turno. Esto a fin de que el incremento de la oferta exportable del país pueda competir en condiciones favorables en nuevos mercados internacionales, sin barreras arancelarias u otros elementos de política comercial que vuelvan a la producción nacional menos competitiva.
- Basar la diversificación y búsqueda de nuevos mercados en una estrategia integral que abarque a todos los actores involucrados en el sector, sean públicos o privados. De esta manera se conseguirá que la apertura de nuevos destinos comerciales traiga consigo la eliminación de obstáculos logísticos y arancelarios y se pueda conseguir una inserción exitosa en los mismos.
- Analizar el rol de determinadas instituciones públicas en la promoción y el desarrollo de las exportaciones. De igual manera, es necesario evaluar el impacto de programas estatales en la ampliación de la oferta exportable del país, para así conocer si los mismos cumplieron con los objetivos de diversificación de la matriz productiva del Ecuador.
- Conocer el aporte que realizan los distintos tipos de empresas existentes en el país, para así determinar si las consideradas Pymes o las grandes corporaciones son las que en realidad contribuyen de forma mayoritaria en el aporte de la Balanza Comercial del país, sean exportaciones tradicionales o no tradicionales.
- Realizar análisis más minuciosos de cada producto a nivel de cada sub partida arancelaria. Estos nuevos trabajos de investigación, permitirán conocer la

situación de distintos sectores productivos – exportadores para así poder definir estrategias de asistencia técnica y financiamiento de exportación de nuevos productos.

## LISTA DE REFERENCIAS

### Libros

- Banco Central del Ecuador. (2014). *Ecuador: Evolución de la Balanza Comercial Enero-Noviembre 2014: Resumen Ejecutivo*. Ecuador, Quito.
- Cámara de Industrias de Guayaquil. (2009). *Estadísticas Económicas: El Sector Industrial del Ecuador*. Ecuador, Guayaquil: Línea Impresa
- Esteva, G. (2010). *The Development Dictionary*. Reino Unido, Londres: Zed Books.
- Harari, R. (2013). *Los Productos Agrícolas No Tradicionales de Exportación y las Condiciones de Trabajo: Algunos Ejemplos en Ecuador*. Ecuador, Quito: IFA Corporación para el Desarrollo de la Producción y el Medio Ambiente Laboral –FOS Fondo de Cooperación al Desarrollo - Edición Oxigenio.
- Harari, R. (2011). *Condiciones de Trabajo y Derechos laborales en la Floricultura Ecuatoriana*. Ecuador, Quito: IFA–FOS - FENACLE – FNV. Línea Impresa.
- ILDIS FES, & FLACSO. (2008). *Análisis de Coyuntura Económica*. Ecuador, Quito.
- Kouzmine, V. (2000). *Exportaciones no tradicionales latinoamericanas. Un enfoque no tradicional*. Chile, Santiago de Chile: División de Comercio Internacional y Financiamiento para el Desarrollo.
- Larrea, C. (1992). *El Espejismo del Desarrollo: Petróleo, Empleo y Pobreza en el Ecuador*. Ecuador, Quito.
- Machinea, J. L., & Vera, C. (2006). *Comercio, inversión directa y políticas productivas*. Chile, Santiago de Chile: CEPAL-SERIE Informes y Estudios especiales.
- Mayoral, F. (2012). *Análisis de Coyuntura*. Ecuador, Quito: FLACSO Editorial.
- Ministerio de Comercio Exterior de Ecuador. (2014). *Informe de Gestión 2014*. Ecuador, Quito.
- Mora, Ó. (2006). *Las Teorías del Desarrollo Económico: algunos postulados y enseñanzas*. Colombia, Bogotá: Comité Editorial de apuntes del CENES
- Muternt, E. (2013). *La Palma Aceitera , El Cultivo Dorado de los Trópicos (Parte I)*. Perú, Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Oleas, J. (2011). *Enlatados de Productos de Mar (R4)*. Ecuador, Quito: FLACSO-MIPRO.

- Ponce Leiva, J. (2005). *Comercio Exterior: alternativas para Ecuador*. Ecuador, Quito: ABYA-YALA.
- PRO ECUADOR Oficina Comercial del Ecuador en Francia. (2012). *Estudio de Atún en Conservas*. Ecuador, Quito.
- PRO ECUADOR Oficina Comercial del Ecuador en Santiago de Chile. (2012). *Estudio de Atún en Conservas*. Chile, Santiago de Chile: Línea impresa de la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
- PRO ECUADOR. (2012). *Atún en conserva en España*. Ecuador, Quito.
- PRO ECUADOR. (2013). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales*. Ecuador, Quito.
- PRO ECUADOR. (2014). *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales*. Ecuador, Quito.
- Ramírez, D. (2007). *Comercio exterior: alternativas para Ecuador*. Ecuador, Quito.
- Tezanos, S. (2013). *Desarrollo humano, pobreza y desigualdades*. España, Cantabria.
- Villalobos, F. (1987). *La Industrialización Ecuatoriana 1976-1983*. Ecuador, Quito: CIPAD.

## Documentos

- Aldás, L. (2016). *Producción e importación de harina y aceite de pescado en el mercado turco*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/PROEC\\_BIC2016\\_08\\_ANKARA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/PROEC_BIC2016_08_ANKARA.pdf)
- Anastico, J., Velasco, M., & Prieto, I. (2015). *Estudio de competitividad del subsector atunero ecuatoriano: Benchmarking con la industria atunera de Tailandia*. Recuperado de <http://dogmacg.com/cnp/wp-content/uploads/2016/03/Estudio-competitividad-at%C3%BAn-19Mayo2015.pdf>
- Aparicio, M. (2007). *Terms of trade and non traditional exports: a microeconomic analysis*. Recuperado de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/iad/wpaper/0714.pdf>
- Arosemena, G. (2010). *Ecuador frente a sus competidores en el mercado mundial*. Recuperado de [file:///C:/Users/Owner/Desktop/fulltext\\_stamped%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Owner/Desktop/fulltext_stamped%20(1).pdf)
- Basiron, Y., & Chan, K. (2014). *The Oil Palm and its sustainability*. Recuperado de [http://palmoilworld.org/PDFs/Sustainable\\_Production/jopr16n1-yusof-palm-oil-sustainability.pdf](http://palmoilworld.org/PDFs/Sustainable_Production/jopr16n1-yusof-palm-oil-sustainability.pdf)

- Bemheim, D. (1988). *Budget deficits and the Balance of Trade*. National Bureau of Economic Research. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/6852904.pdf>
- Cámara de Industrias de Guayaquil. (2009). *Estadísticas Económicas: El Sector Industrial del Ecuador*. Recuperado de: [http://www.industrias.ec/archivos/documentos/\\_sector\\_industrial\\_web.pdf](http://www.industrias.ec/archivos/documentos/_sector_industrial_web.pdf)
- Campling, L. (2015). *Assessing Alternative Markets: Pacific Islands Canned Tuna & Tuna Loins*. Recuperado de [https://www.ffa.int/system/files/Campling%202015%20FFA%20Alternative%20Markets%20Study\\_Final.pdf](https://www.ffa.int/system/files/Campling%202015%20FFA%20Alternative%20Markets%20Study_Final.pdf)
- Carrillo, D. (2009). *Instituto Nacional de Estadística y Censos: La Industria de alimentos y bebidas en el Ecuador*. Recuperado de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/ALIMENTOS.pdf>
- Centre for the Promotion of Imports from developing countries of Netherlands of the Ministry of Foreign Affairs (2016). *CBI Product Factsheet: Fresh Cut Roses in the Dutch Market*. Recuperado de [https://www.cbi.eu/sites/default/files/market\\_information/researches/product-factsheet-dutch-market-fresh-cut-roses-2016.pdf](https://www.cbi.eu/sites/default/files/market_information/researches/product-factsheet-dutch-market-fresh-cut-roses-2016.pdf)
- Clarke, S. (2015). *Inside Thailand: The Fish and Seafood Trade*. Recuperado de <http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/6627-eng.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe . (2014). *Estudio Económico de América Latina y El Caribe: Desafíos para impulsar el ciclo de inversión con miras a reactivar el crecimiento*. Recuperado de <http://www.infolatam.com/2015/07/30/cepal-situacion-economica-y-perspectivas-para-2015/>
- Cox, R. (2015). *What You Need to Know about Indonesia's Palm Oil Export Levies*. Recuperado de <http://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/what-you-need-to-know-about-indonesia-s-palm-oil-export-levies/item5744?>
- De Silva, S., Francis, D., & Tacon, A. (2011). *Fish Oils in Aquaculture In Retrospect*. Recuperado de <http://dro.deakin.edu.au/eserv/DU:30031360/desilva-fishoils-2011.pdf>
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR. (2014). *Análisis Sectorial del Aceite de Palma y Elaborados*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC\\_AS2014\\_ACEITEPALMA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC_AS2014_ACEITEPALMA.pdf)

- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR. (2013). *Análisis Sectorial de Flores I.* Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC\\_AS2013\\_FLORES.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_FLORES.pdf)
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR. (2013). *Análisis Sectorial de Flores II.* Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC\\_AS2013\\_FLORES.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_FLORES.pdf)
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR. (2013). *Análisis del Sector Pesca I.* Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC\\_AS2013\\_PESCA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_PESCA.pdf)
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PRO ECUADOR. (2013). *Análisis del Sector Pesca II.* Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC\\_AS2013\\_PESCA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_PESCA.pdf)
- European Palm Oil Alliance. (2014). *El consumo de aceite de palma.* Recuperado de <http://www.palmoilandfood.eu/es/el-consumo-de-aceite-de-palma>
- Garcia, S. M., & Rosenberg, A. (2010). *Food security and marine capture fisheries: characteristics, trends, drivers and future perspectives.* Recuperado de <http://rstb.royalsocietypublishing.org/content/365/1554/2869>
- Hamby, J. (2009). *The Future of Tuna: An Indication Based on Recent Investments.* Recuperado de <http://www.trimarinegroup.com/resources/presentations/Future%20of%20Tuna-%20Joe%20Hamby.pdf>
- Heredia, J., & Huarachi Chávez, J. (2009). *El Índice de la Ventaja Comparativa Revelada (VCR) entre el Perú y los principales exportadores del mundo: El caso de la región Lambayeque.* Recuperado de <http://www.esan.edu.pe/publicaciones/cuadernos-de-difusion/26/Heredia-Huarachi.pdf>
- InterAqua Perú. (2015). *La industria de harina y aceite de pescado confía en la recuperación de la anchoveta peruana.* Recuperado de <http://www.mispecies.com/nav/actualidad/noticias/noticia-detalle/La-industria-de-harina-y-aceite-de-pescado-confa-en-la-recuperacin-de-la-anchoveta-peruana/#.WG7wUIN96M9>
- Jackson, A. (2012). *El papel de la harina y el aceite de pescado en la acuicultura sostenible.* Recuperado de <http://www.aquafeed.co/el-papel-de-la-harina-y-el-aceite-de-pescado-en-la-acuicultura-sostenible/>

- Jaramillo, J. P. (2015). *¿Cómo está la Balanza Comercial del Ecuador?*. Recuperado de <http://investiga.ide.edu.ec/images/pdfs/2015febrero/Perspectiva%20Febrero%202015.10-13.pdf>
- Khoo Khee, M., & Chandramohan, D. (2007). *The Palm Oil Industry at Crossroads and its Future Direction* . Recuperado de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.203.2966&rep=rep1&type=pdf>
- Kouzmine, V. (2000). *Exportaciones no tradicionales latinoamericanas. Un enfoque no tradicional*. Recuperado de [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4413/1/S2000930\\_es.pdf](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4413/1/S2000930_es.pdf)
- Maldonado, L. (2009). *Competitividad de las exportaciones ecuatorianas en Corea del Sur*. Recuperado de [http://www.ceap.espol.edu.ec/publicaciones/maldonado\\_09.09\\_reporte2\\_piceap.pdf](http://www.ceap.espol.edu.ec/publicaciones/maldonado_09.09_reporte2_piceap.pdf)
- Mayoral, F. (2012). *Análisis de Coyuntura*. Recuperado de [http://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1333638283.Analisis\\_d\\_e\\_Coyuntura\\_Capitulo\\_1\\_Crecimiento\\_economico.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/web/imagesFTP/1333638283.Analisis_d_e_Coyuntura_Capitulo_1_Crecimiento_economico.pdf)
- MESSEN ESSEN. (2014). *Market Situation at Present: Pursuit Race in a Roundabout Way. Development and Trends on the Flower and Plant Markets in 2014 / 2015*. Recuperado de [http://coconcept.lu/fileadmin/Downloads/Market\\_figures\\_2015.pdf](http://coconcept.lu/fileadmin/Downloads/Market_figures_2015.pdf)
- Ministerio Coordinador de Política Económica de Ecuador. (2014). *Indicadores Macroeconómicos 2014*. Recuperado de <http://www.politicaeconomica.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/06/enero-2014.pdf>
- Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente de España. (2015). *El mercado de los túnidos en España*. Recuperado de [http://www.mapama.gob.es/es/pesca/temas/mercados-economia-pesquera/informeatun\\_marzo2015\\_tcm7-401356.pdf](http://www.mapama.gob.es/es/pesca/temas/mercados-economia-pesquera/informeatun_marzo2015_tcm7-401356.pdf)
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2013). *Boletín Situacional Palma Africana*. Recuperado de [http://sinagap.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/cultivo/2013/palma\\_africana.pdf](http://sinagap.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/cultivo/2013/palma_africana.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior de Ecuador. (2014). *Exitosa exportación de aceite crudo de palma a Venezuela*. Recuperado de <http://www.comercioexterior.gob.ec/exitosa-exportacion-de-aceite-crudo-de-palma-a-venezuela/>



- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2015). *Ecuador incursiona con sus productos en el mercado árabe*. Recuperado de <http://www.cancilleria.gob.ec/ecuador-incursiona-con-sus-productos-en-el-mercado-arabe/>
- Naranjo, M., & Burgos, S. (2010). *Sector Florícola: Boletín Mensual de análisis sectorial de MYPIMES, FLACSO-MIPRO #4*. Recuperado de <http://www.flacsoandes.org/ciepyes/media/boletines/04.pdf>
- Oficina Comercial del Ecuador en Francia. (2012). *Estudio de Atún en Conservas*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU\\_PPM2012\\_AT%C3%9ANENCONS\\_ERVA\\_FRANCIA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_AT%C3%9ANENCONS_ERVA_FRANCIA.pdf)
- Oficina Comercial del Ecuador en Chile. (2012). *Estudio de Atún en Conservas*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU\\_PPM2012\\_AT%C3%9ANENCONS\\_ERVA\\_CHILE.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_AT%C3%9ANENCONS_ERVA_CHILE.pdf)
- Oficina de Estudios y políticas agrarias de Chile. (2007). *Estudio de evaluación del potencial del mercado interno de las flores*. Recuperado de [http://www.odepa.cl/wp-content/files\\_mf/1369683980EstudioFlores2007.pdf](http://www.odepa.cl/wp-content/files_mf/1369683980EstudioFlores2007.pdf)
- Oleas, J. (2011). *Enlatados de Productos de Mar (R4). Boletín Mensual de análisis sectorial de MYPIMES*. Recuperado de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/ydymiy33b05xl5okztvgysqc8hjzz.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2014). *GLOBEFISH: Análisis e información comercial en pesquerías*. Recuperado de <http://www.fao.org/action/globefish/marketreports/resource-detail/es/c/337472/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2015). *La subida del aceite de palma mantiene la tendencia alcista de los precios mundiales de los alimentos en 2016*. Recuperado de <http://www.fao.org/news/story/es/item/413189/icode/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos & Banco Interamericano de Desarrollo. (2013). *Perspectivas económicas de América Latina 2013: Políticas de PYMES para el cambio estructural*. Recuperado de <http://www.aecid.es/Centro-Documentacion/Documentos/documentos%20adjuntos/PYME%20ALyC%20CEPAL%20OCDE.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos & CEPAL. (2013). *La competencia en América Latinay El Caribe*. Recuperado de <https://www.oecd.org/competition/latinamerica/LACF10thAnniversaryBrochureES.pdf>

- Payne, R. (1994). *A glance into the future of the world canned tuna trade*. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/sdfe/pdf/download/pii/S0308597X94900361/first-page-pdf>
- Pirker, J. (2015). *What are the limits to oil palm expansion?*. Recuperado de [http://ac.els-cdn.com/S0959378016300814/1-s2.0-S0959378016300814-main.pdf?tid=8c972652-e045-11e6-b2fb-00000aabb0f01&acdnat=1485050179\\_f87cd9b3c0cee7c9e39add92492fd8f0](http://ac.els-cdn.com/S0959378016300814/1-s2.0-S0959378016300814-main.pdf?tid=8c972652-e045-11e6-b2fb-00000aabb0f01&acdnat=1485050179_f87cd9b3c0cee7c9e39add92492fd8f0)
- Plan Nacional Para el Buen Vivir. (2010). *Aumento de la productividad real y diversificación de las exportaciones e importaciones*. Recuperado de <http://blogpnd.senplades.gob.ec/?p=3308>
- Price Waterhouse Cooper Indonesia. (2012). *Palm Oil Plantation: Industry landscape, regulatory and financial overview*. Recuperado de <https://www.pwc.com/id/en/publications/assets/palm-oil-plantation-2012.pdf>
- PRO ECUADOR. (2012). *Perfil del Atún en Estados Unidos*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU\\_PPM2012\\_AT%C3%9AN\\_EEUU.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_AT%C3%9AN_EEUU.pdf)
- PRO ECUADOR. (2013). *Aceite de Palma en Venezuela: Información del mercado*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/PROEC\\_PPM2013\\_ACEITEDEPALMA\\_VENEZUELA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/PROEC_PPM2013_ACEITEDEPALMA_VENEZUELA.pdf)
- PRO ECUADOR. (2013). *Glosario: Balanza Comercial*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- PRO ECUADOR. (2013). *Rosas en Estados Unidos: Información del mercado*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROEC\\_PPM2013\\_ROSAS\\_ESTADOSUNIDOS\\_I.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROEC_PPM2013_ROSAS_ESTADOSUNIDOS_I.pdf)
- PRO ECUADOR. (2013). *Rosas en Estados Unidos: Requisitos del comprador*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROEC\\_PPM2013\\_ROSAS\\_ESTADOSUNIDOS\\_II.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROEC_PPM2013_ROSAS_ESTADOSUNIDOS_II.pdf)
- PRO ECUADOR. (2014). *Análisis Sectorial: Aceite de Palma y Elaborados*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC\\_AS2014\\_ACEITEPALMA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/PROEC_AS2014_ACEITEPALMA.pdf)
- PRO ECUADOR. (2013). *Guía Comercial 2013*. Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC\\_GC2013\\_ECUADOR.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_GC2013_ECUADOR.pdf)

- Roca, L. (2014). *Comercio Intrarregional del Ecuador: características y perspectivas*. Recuperado de [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/8c74c62481357fce83257da2003e3ac8/\\$file/208.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/8c74c62481357fce83257da2003e3ac8/$file/208.pdf)
- SENACYT-MAGAP. (2010). *Catastro de flores de exportación en función de su rentabilidad y uso de suelo*. Recuperado de [http://sinagap.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/modulos/censo\\_en\\_cuestas/censo\\_floricola/censo\\_floricola.pdf](http://sinagap.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/modulos/censo_en_cuestas/censo_floricola/censo_floricola.pdf)
- Servicio de Asesoría al Exportador PRO ECUADOR. (2013). *Ficha/Producto/Mercado: Harina de Pescado a China*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/harina-de-pescado-china/>
- Sumalia, R., Bellmann, C., & Tipping, A. (2014). *Fishing for the Future: Trends and Issues in Global Fisheries Trade*. Recuperado de [http://e15initiative.org/wp-content/uploads/2015/02/E15\\_Fisheries\\_BP\\_Sumaila-Bellmann-Tipping\\_FINAL.pdf](http://e15initiative.org/wp-content/uploads/2015/02/E15_Fisheries_BP_Sumaila-Bellmann-Tipping_FINAL.pdf)
- Tacon G.J., A. (2008). *Global overview on the use of fish meal and fish oil in industrially compounded aquafeeds: Trends and future prospects*. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/aa0e/0dce62cbaed771000c8c003adb80345c49d6.pdf>
- Trujillo Cassis, G. (2011). *Diversifica Ecuador*. Recuperado de [http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/publicaciones\\_medios/EyE\\_Diversifica\\_Ecuador.pdf](http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/publicaciones_medios/EyE_Diversifica_Ecuador.pdf)
- Varela, M. (2013). *Elaboración de balanceados para exportación*. Recuperado de <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/dofwpv7tl46yv68zcljlqcz272mzhx.pdf>
- Yamashita, H. (2008). *The value chain for philippine tuna commodity: recent developments and future directions*. Recuperado de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.908.8847&rep=rep1&type=pdf>
- Yura, C. (2011). *¿Qué es la tasa de crecimiento anual compuesto?*. Recuperado de <http://www.econodia.com/2011/05/que-es-la-tasa-de-crecimiento-anual.html>

## **Disertaciones o Tesis de grado**

### **PUCE**

- Guevara Cárdenas, M. (2013). *Evolución de la producción de aceite de palma y su incidencia en las exportaciones no tradicionales (Pregrado)*.

- Ochoa, C. (2015). *Análisis económico de la cadena agroalimentaria del atún en el Ecuador: un enfoque en comercio exterior, periodo 2007-2013* (Pregrado).
- Plan Nacional Para el Buen Vivir. (2010). *Aumento de la productividad real y diversificación de las exportaciones e importaciones*. Recuperado de <http://blogpnd.senplades.gob.ec/?p=3308>
- Quirola, W. (2011). *Análisis de las exportaciones de camarón, atún y pescado en el período 2003 – 2009* (Pregrado).
- Reyes, G. (2013). *Análisis de la competitividad de las exportaciones ecuatorianas del sector florícola en el ámbito de las rosas dirigido al mercado de Estados Unidos en el período 2007-2011* (Pregrado).
- Reyes, K. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una fábrica de harina de pescado y su comercialización en la provincia de Esmeraldas*. (Pregrado). Recuperado de <http://repositorio.pucese.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/49/KARIN%20REYES%20.pdf?sequence=1>
- Zambrano Ron, E. (2014). *Análisis y perspectivas de las Pymes ecuatorianas para exportar productos de mar de interés comercial hacia China* (Posgrado).

#### **Otras Universidades**

- Acosta, O., & Mejía, A. (2014). *Estudio de pre factibilidad para la producción y exportación de rosas orgánicas al mercado alemán, en la parroquia de Lasso* (Ingeniería Universidad Central del Ecuador, Quito).
- Acosta Puga, F. (2014). *Proyecto de factibilidad para la exportación de rosas al mercado ruso*. (Licenciatura Universidad Politécnica Salesiana, Quito). Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6877/1/UPS-QT05497.pdf>
- Arpi Sánchez, J. (2016). *Exportación de Productos No Tradicionales: Enfoque Atún Ecuatoriano a Alemania* (Licenciatura Universidad Del Pacífico, Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.upacifico.edu.ec/bitstream/40000/151/1/TNE-UPAC-17665.pdf>
- Ávila Castro, J. (2015). *Análisis y promoción de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia Estados Unidos* (Maestría Universidad de Guayaquil, Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8884/1/TESIS%20FLORES%20ECUATORIANA-%20JENNY%20AVILA.pdf>

- Calderón Pérez, O. (2014). *La sustentabilidad de las exportaciones de atún ecuatoriano: 2014-2020* (Maestría Universidad de Guayaquil, Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6867/1/TESIS%20%20PEDRO%20OCTAVIO%20CALDER%20C3%93N%20P%20C3%89REZ.pdf>
- Callay, L. (2010). *Proyecto de factibilidad para la exportación de aceite rojo de palma africana a Venezuela en el período 2011-2020* (Licenciatura Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito). Recuperado de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6722/1/43058\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6722/1/43058_1.pdf)
- Célleri, X. (2013). *La importancia de la distribución física internacional en el proceso exportador de las Pymes del Azuay del sector florícola a la Unión Europea* (Licenciatura Universidad Del Azuay, Cuenca). Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1352/1/09568.pdf>
- Cevallos, D. (2012). *Plan de negocios para una exportadora ecuatoriana: Caso de aplicación empresa Absolute Floral Farmas* (Ingeniería Escuela Politécnica Nacional, Quito). Recuperado de: <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/508/1/CD-0455.pdf>
- Cevallos, D. (2012). *Plan de negocios para una exportadora ecuatoriana: Caso de aplicación empresa Absolute Floral Farmas* (Ingeniería Escuela Politécnica Nacional, Quito). Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/508/1/CD-0455.pdf>
- Cevallos Tapia, D. (2014). *Plan de negocios para una exportadora ecuatoriana: Caso de aplicación de la empresa Absolute Floral Farms* (Licenciatura Escuela Politécnica Nacional, Quito).
- Cortez, A., & Prieto, Y. (2013). *Determinantes de las Exportaciones de Productos Primarios No Tradicionales del Ecuador para el período 2000-2012* (Ingeniería Escuela Politécnica Nacional, Quito).
- Cortez, A., & Prieto, Y. (2013). *Determinantes de las Exportaciones de Productos Primarios No Tradicionales del Ecuador para el período 2000-2012* (Ingeniería Escuela Politécnica Nacional, Quito). Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/6890/1/CD-5170.pdf>
- García, M. (2014). *La política comercial de la Unión Europea en la exportación del banano ecuatoriano y su efecto en la economía nacional, período 2009 – 2012* (Maestría Universidad de Guayaquil, Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6063/1/tesis%20MARTHA%20GARCIA%202.pdf>
- Jiménez, A. (2013). *Obstáculos no Arancelarios como barreras de acceso para los países en desarrollo al mercado de la Unión Europea. Caso: Atún en Conserva Ecuatoriano* (Maestría UASB, Quito)

- Larrea, C. (1992). *El Espejismo del Desarrollo: Petróleo, Empleo y Pobreza en el Ecuador* (Maestría FLACSO, Quito).
- Madrid, C. (2014). *Situación actual de las empresas exportadoras de productos no petroleros, asociados al cambio de la Matriz Productiva, de los sectores camarón, pescado, leche y elaborados* (Ingeniería Universidad Casa Grande, Guayaquil). Recuperado de: [dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/225/1/Tesis699MADs.pdf](http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/225/1/Tesis699MADs.pdf)
- Madrid, C. (2014). *Situación actual de las empresas exportadoras de productos no petroleros, asociados al cambio de la Matriz Productiva, de los sectores Camarón, Pescado, Leche y Elaborados* (Ingeniería Universidad Casa Grande, Guayaquil). Recuperado de [dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/225/1/Tesis699MADs.pdf](http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/225/1/Tesis699MADs.pdf)
- Muñoz, G. (2010). *Problemas y retos del sector exportador ecuatoriano ante la proliferación de restricciones comerciales ambientalistas* (Maestría UASB, Quito).
- Navarrete, D. (2014). *La Competitividad de los Productos Ecuatorianos en el Mercado Internacional. Años 2008-2013* (Ingeniería Universidad Casa Grande, Guayaquil). Recuperado de: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/224/1/Tesis698NAVc.pdf>
- Oleas, J. (2013). *Ecuador 1972–1999: Del Desarrollismo petrolero al ajuste neoliberal* (Doctorado UASB, Quito).
- Ponce Litardo, G., & Zambrano Freire, L. (2014). *Estudio de factibilidad de producción de aceite de palma africana para la compañía G&G, cantón Ventanas, provincia de Los Ríos y propuesta de plan de exportación dirigido al mercado venezolano* (Ingeniería Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil). Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7272/1/UPS-GT000680.pdf>
- Quinllín, J. (2014). *La inversión extranjera directa neta No Petrolera en Ecuador: Su impacto en el comercio de bienes 2005-2012* (Licenciatura Universidad Central del Ecuador, Quito). Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2956>
- Sánchez, M., Zambrano, C., & Bocca, F. (2003). *El rol del Comercio Internacional en el crecimiento económico del Ecuador: Antecedentes y Perspectivas* (Licenciatura ESPOL, Guayaquil). Recuperado de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/531/1/1035.pdf>
- Sandoval, W. (2011). *Estudio para la creación de una empresa productora y comercializadora de rosas, mediante broker's acentuados en el país, dirigida al mercado norteamericano, ubicada en la provincia del*



Cotopaxi (Ingeniería Universidad Politécnica del Ejército, Quito). Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/2972/T-ESPE-030913.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Suárez Rivadeneira, J. (2010). *Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa exportadora de atun en conserva hacia el mercado de la República de Argentina. Período 2008-2017* (Licenciatura Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito).

Tapia Panamá, L. (2014). *Exportación de aceite de palma africana desde San Lorenzo provincia de Esmeraldas- Ecuador hacia el mercado de Pará-Brasil* (Licenciatura Universidad de las Américas, Quito). Recuperado de [http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3757/1/UDLA-EC-TTEI-2014-05\(S\).pdf](http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3757/1/UDLA-EC-TTEI-2014-05(S).pdf)

Tramontana, A., & Aragundi, A. (2014). *Estudio comercial y logístico para la exportación de harina de pescado al mercado chino* (Licenciatura Universidad de Guayaquil, Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2805/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-103.pdf>

Vera, J. P., Céspedes, A., & Salas, E. (2011). *Proyecto de Evaluación para la Exportación de flores ecuatorianas a la ciudad de Miami-EEUU* (Licenciatura ESPOL, Guayaquil). Recuperado de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14824/1/Proyecto%20de%20Evaluacion%20para%20la%20exportacion%20de%20flores%20ecuatorianas.pdf>

Zúñiga, V., & Susana, J. (2012). *Análisis de la evolución de la balanza comercial ecuatoriana durante el periodo 1990-2010* (Licenciatura Universidad Técnica Particular de Loja, Loja). Recuperado de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/3763/3/382X99.pdf>

### **Universidades fuera del país**

Argothy, L. (2012). *Transferencia de tecnología incorporada mediante el comercio interindustrial en la economía ecuatoriana. Un análisis basado en matrices input-output* (Maestría Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, España). Recuperado de <http://repositorio.educacionsuperior.gob.ec/bitstream/28000/833/1/T-SENESCYT-0377.pdf>

Escandón, J. (2010). *Propuesta logística para el desarrollo de la exportación de rosas y claveles a Estados Unidos para la comercializadora Export Flexi Ltda.* (Maestría Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia). Recuperado de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/Tesis238.pdf>

Hidalgo, F., Delgado, M., & Arroyo, P. (2014). *La industria pesquera del Perú* (Doctorado Universidad de Lima, Perú). Recuperado de

<http://conferencia2013.consortio.edu.pe/wp-content/uploads/2014/09/2.-Pesca-Kleeberg.pdf>

Martsynovska, O. (2013). *Global floriculture industry value chain. Position of the ukrainian firms in the floriculture business*. (Maestría Lund University, Suecia). Recuperado de <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=1980490&fileId=1982397>

Núñez, R. (2012). *Las empresas conserveras y el mercado mundial del atún* (Instituto Universitario de Estudios Marítimos de la Universidad de A Coruña, España). Recuperado de [http://www.usc.es/econo/RGE/Vol15\\_1/castelan/art8c.pdf](http://www.usc.es/econo/RGE/Vol15_1/castelan/art8c.pdf)

Supogpan Kuldilok, K. (2009). *An economic analysis of the Thailand tuna fish industry* (Doctorado Newcastle University, Reino Unido). Recuperado de [http://agri.eco.ku.ac.th/cv\\_detail/Kulapa\\_Supongpa\\_%20Kuldilok\\_s\\_The\\_sis.pdf](http://agri.eco.ku.ac.th/cv_detail/Kulapa_Supongpa_%20Kuldilok_s_The_sis.pdf)

## **Publicaciones**

### **Artículos de periódicos**

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (2012, Febrero 29). ProEcuador: Crece demanda de productos no tradicionales a nuevos mercados. *Agencia Andes*. Recuperado de <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%AD/379.html>

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (2012, Junio 19). Productores atuneros de conservas de atún de Manta y de Galicia ratifican por quinta vez el convenio de asistencia tecnológica y comercial. *Agencia Andes*. Recuperado de <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa/3324.html>

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (2014, Junio 14). Reducción de importaciones ecuatorianas de bienes de consumo se relaciona a la recuperación de la balanza comercial. *Agencia Andes*. Recuperado de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/reduccion-importaciones-ecuatorianas-bienes-consumo-relaciona-recuperacion-balanza>

Albornoz, V. (2016, Abril 21). El trágico retro de la matriz productiva. *El Comercio*. Recuperado de <http://blogs.udla.edu.ec/clubeconomia/2016/04/21/el-tragico-retro-de-la-matriz-productiva-porvicente-albornoz-guarderas/>

Bonilla, M. (2015). La exportación de aceite también activa el puerto. *Revista Líderes*. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/exportacion-aceite-activa-puerto-esmeraldas.html>



- Cardozo, M., Matos, P., & Rivero, S. (2016, Julio 12). Composition technology trade balance: An empirical analysis on Argentina, Chile, Colombia and Perú. *Revista Digital Espacios*, Recuperado de <http://www.revistaespacios.com/a17v38n01/17380129.html>
- Coca, N. (2015, Julio 27). Indonesia dobla su producción de aceite de palma. *Equal Times*. Recuperado de <http://www.equaltimes.org/indonesia-dobla-su-produccion-de?lang=es#.WG2T91N96M8>
- Enríquez, C. (2012, Febrero 12). Las exportaciones no tradicionales registran un trimestre negativo. *El Comercio*. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/exportaciones-tradicionales-ecuador-comercio-economia.html>
- Gallegos, D. (2014, Marzo 11). Diversificar la matriz productiva es el reto de Ecuador. *El Ciudadano*. Recuperado de <http://www.elciudadano.gob.ec/diversificar-la-matriz-productiva-es-el-reto-de-ecuador/>
- Lander, K., & Hernández, A. (2014). El mercado de divisas y su importancia. *Diario Económico Cinco Días*. Recuperado de [http://cincodias.com/cincodias/2014/06/10/mercados/1402409907\\_769859.html](http://cincodias.com/cincodias/2014/06/10/mercados/1402409907_769859.html)
- Maldonado, G. (2014). Deterioro de la balanza comercial. *El Comercio*. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/opinion/deterioro-balanzacomercial-ecuador-economia-petroleo.html>
- Nikolik, G. (2015). El papel de la harina de pescado en la acuicultura está cambiando. *Aquahoy*. Recuperado de <http://www.aquahoy.com/es/idi/nutricion/24332-el-papel-de-la-harina-de-pesca>
- Redacción Revista el Agro. (2013). Aceite de palma Ecuatoriano en el top ten del mundo. *Revista El Agro*. Recuperado de <http://www.revistaelagro.com/aceite-de-palma-ecuatoriano-en-el-top-ten-del-mundo/>
- Redacción América Economía. (2014, Diciembre 20). Holanda remonta exportación flores frente a mercados emergentes como Ecuador. *América Economía*, Recuperado de <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/holanda-remonta-exportacion-flores-frente-mercados-emergentes-como-ecuador>
- Redacción Diario El Mercurio. (2014). Productos no tradicionales incrementan exportaciones. Cuenca. *El Mercurio*. Recuperado de [http://www.elmercurio.com.ec/434503-productos-no-tradicionales-incrementan-exportaciones/#.V\\_zY0fl96M](http://www.elmercurio.com.ec/434503-productos-no-tradicionales-incrementan-exportaciones/#.V_zY0fl96M)
- Redacción Diario El Mercurio. (2016, Enero 30). Exportación de flor ecuatoriana enfrenta compleja realidad. *El Mercurio de Cuenca*. Recuperado de

<http://www.elmercurio.com.ec/513493-exportacion-de-flor-ecuatoriana-enfrenta-compleja-realidad/>

Redacción Diario La Hora. (2012, Abril 04). La harina de pescado gana mercado en China. *La Hora*. Recuperado de [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101308981/-1/La\\_harina\\_de\\_pescado\\_gana\\_mercado\\_en\\_China.html#.WGbQYIN96M8](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101308981/-1/La_harina_de_pescado_gana_mercado_en_China.html#.WGbQYIN96M8)

Redacción Diario La Hora. (2012, Octubre 13). Ecuador en busca de nuevos mercados. *La Hora*. Recuperado de [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101406861/-1/Ecuador\\_en\\_busca\\_de\\_nuevos\\_mercados.html#.WCyE7rJ96M](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101406861/-1/Ecuador_en_busca_de_nuevos_mercados.html#.WCyE7rJ96M)

Redacción Economía Diario El Telégrafo. (2015, Noviembre 09). La competitividad, un tema pendiente para las exportaciones ecuatorianas. *El Telégrafo*. Recuperado de [http://www.espol.edu.ec/espol/docs\\_escribe/3919.pdf](http://www.espol.edu.ec/espol/docs_escribe/3919.pdf)

Redacción Economía Diario El Telégrafo. (2015, Octubre 22). La Cepal prevé que las exportaciones de América Latina crecerán apenas el 1%. *El Telégrafo*. Recuperado de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-cepal-preve-que-las-exportaciones-de-america-latina-creceran- apenas-el-1>

Redacción El Universo. (2015, Mayo 05). \$77.530 millones recibió Ecuador en 7 años por exportación petrolera. *El Universo*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/05/nota/4399061/77530-millones-recibio-pais-7-anos-exportacion-petrolera>

Redacción Gestión Perú. (2014, Noviembre 18). Harina de pescado alcanza su precio más alto en diez años por menor stock de anchoveta. *Gestión*. Recuperado de <http://gestion.pe/economia/harina-pescado-peru-alcanza-maximo-decada-medio-menor-existencias-anchoveta-2114216>

Redacción La Voz de Galicia. (2014, Enero 27). Alivio en la conserva al seguir sin aranceles el atún de Ecuador. *La Voz de Galicia*. Recuperado de [http://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/economia/2014/01/27/alivio-conserva-seguir-aranceles-atun-ecuador/0003\\_201401G27P20991.htm](http://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/economia/2014/01/27/alivio-conserva-seguir-aranceles-atun-ecuador/0003_201401G27P20991.htm)

Redacción Negocios Diario El Comercio. (2012, Agosto 28). Ecuador busca cuatro nuevos mercados para sus productos. *El Comercio*. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-busca-cuatro-nuevos-mercados.html>

Redacción Negocios Diario El Telégrafo. (2012, Mayo 19). La industria de harina y aceite de pescado en su mejor momento. *El Telégrafo*. Recuperado de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-industria-de-harina-y-aceite-de-pescado-en-su-mejor-momento>

- Redacción PanamericanWorld. (2014, Enero 24). Diversificación económica en Ecuador: cultura como sustituto de ingresos petroleros. *PanamericanWorld*, Recuperado de <http://www.panamericanworld.com/es/articulo/diversificacion-economica-ecuador-cultura-sustituto-de-ingresos-petroleros>
- Redacción Perúeconómico. (2014). La anchoveta, reina del mar peruano. *Perú Económico Digital*. Recuperado de <http://perueconomico.com/ediciones/86-2014-may/articulos/1573-la-anchoveta-reina-del-mar-peruano>
- Redacción Quito Revista Líderes. (2011). El 50% del aceite de palma ecuatoriano se exporta. *Revista Líderes*. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/50-aceite-palma-ecuadoriano-exporta.html>
- Redacción Quito Revista Líderes. (2015). El 2015 es un año de ajustes para el sector floricultor ecuatoriano. *Revista Líderes*. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/sector-floricultor-rusia-mercado-ecuador.html>
- Redacción Quito Revista Líderes. (2016). La piña lidera los envíos de frutas no tradicionales. *Revista Líderes*. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/frutas-ecuador-exportaciones-produccion-comercio.html>
- Redacción Quito, Guayaquil, Cuenca Revista Líderes. (2015). La ruta comercial para el 2016 genera nuevas oportunidades. *Revista Líderes*. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ruta-comercio-productos-exportacion-ecuador.html>
- Redacción Red El Emprendedor. (2013, Enero 22). Rosas ecuatorianas: Principales mercados de exportación. *Red El Emprendedor*. Recuperado de <http://www.empreendedor.ec/rosas-ecuatorianas-principales-mercados-de-exportacion/>
- Redacción Revista El Agro. (2014). El atún ecuatoriano se afianza en el mundo. *Revista El Agro*. Recuperado de <http://www.revistaelagro.com/el-atun-ecuadoriano-se-afianza-en-el-mundo/>
- Redacción Revista El Agro. (2014). Nuestras bellas rosas conquistan el mundo. *Revista El Agro*. Recuperado de <http://www.revistaelagro.com/nuestras-bellas-rosas-conquistan-el-mundo/>
- Romero, J. (2013, Enero 21). La apuesta es a Latinoamérica. *El Telégrafo*. Recuperado de <http://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/la-apuesta-es-a-latinoamerica>
- Rusmana, Y., & Listorini, E. (2016, Enero 10). Indonesia Palm Exports Seen at Four-Month Low on Weak Demand. *Bloomberg*. Recuperado de

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-01-11/indonesia-palm-exports-seen-at-four-month-low-on-demand-outlook>

Van der Schaar, K. (2014, Octubre 22). Crude Palm Oil (CPO) Exports from Indonesia Sluggish on Weak Demand. *Indonesia Investments*. Recuperado de <http://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/crude-palm-oil-cpo-exports-from-indonesia-sluggish-on-weak-demand/item2547>

### **Artículos de revistas**

Castellanos, M., & Samaniego, M. (2012). Exportaciones crecen pero siguen concentradas. *Revista Gestión*, (231) Recuperado de [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/12/231\\_006.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/12/231_006.pdf)

Parra, P. (2015 Febrero-Marzo). La crisis rusa obliga a floricultores ecuatorianos a diversificarse. *Revista Gestión*, (248). Recuperado de <http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2015/02/248-Empresarial-Flores.pdf>

Romero, B. (Abril- Mayo 2015). Adiós a la época dorada del sector florícola. *Revista Gestión*, (262). Recuperado de <http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2016/04/Sector-flor%C3%ADcola-262.pdf>

### **Artículos en revistas científicas indexadas**

Báez, D. (2014). Comercio internacional: un breve análisis desde Ecuador enfocado en los países en vías en desarrollo. *Revista del Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 193 (1), Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2014/comercio-internacional.html>

Budidarsono, S., Sirait, M., & Pradhan, U. (2014). A new trend in palm oil production in the context of changing global demands: a portrayal of oil palm development in Riau Province, Sumatra, Indonesia. *Brief Magazine for the World Agroforestry Centre of the Southeast Asia Regional Program*, 43, Recuperado de <http://www.worldagroforestry.org/sea/Publications/files/policybrief/PB0079-14.pdf>

CEPAL. (1999). La CEPAL y las nuevas teorías del crecimiento. *Revista de la CEPAL*, 68 (3), 26-27.

Guerrero de Lizardi, C., & Padilla, R. (2011). Efectos del alza del precio del petróleo en la competitividad de las exportaciones manufactureras de Centroamérica, México y la República Dominicana. *Serie estudios y perspectivas para la Sede Subregional de la CEPAL en México*, 124 (1), Recuperado de <http://www.cepal.org/es/publicaciones/4906-efectos-alza-precio-petroleo-la-competitividad-exportaciones-manufactureras>

IDE Business School. (2008). Comercio Exterior: Resultados 2007 y visión 2008. *Revista Perspectiva*, 1 (01), Recuperado de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-perspectiva/115-abril-2008/627-comercio-exterior-resultados-2007-y-vision-2008>

Luengo, E., & Álvarez, I. (2009). España y la ampliación de la Unión Europea: una perspectiva comercial. *Revista de Economía Mundial*, 22, 80-83

Potter, L. (2011). La industria de aceite de palma en Ecuador: ¿un buen negocio para los pequeños agricultores? *Revista de Desarrollo Económico Territorial Eutopia FLACSO-CEDET*, 2 (1), 40.

Tonon Ordoñez, L. (2010). Las exportaciones ecuatorianas tras diez años de dolarización y el papel de CORPEI. *Revista de la Universidad del Azuay*, 51 (1), 128.

### Artículos Web

Betamétrica. (22 de Junio de 2015). *Composición de las Exportaciones Industrializadas No Tradicionales de Enero a Abril 2015*. Recuperado de <http://www.betametrica.com.ec/blog/contribucion-de-las-exportaciones-industrializadas-no-tradicionales-de-enero-a-abril-2015/>

Cilio, I. (14 de Septiembre de 2013) *La ventaja comparativa de Holanda, y la de Ecuador*. Economía y Finanzas Internacionales PUCE. Recuperado de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/124-la-ventaja-comparativa-de-holanda-y-la-de-ecuador>

OCE Tokio. (2015). *Incremento en el precio mundial de harina de pescado y mayor participación de proveedores asiáticos*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/incremento-en-el-precio-mundial-de-harina-de-pescado-y-mayor-participacion-de-proveedores-asiaticos/>

PRO ECUADOR. (21 de Mayo de 2012). *La industria de harina y aceite de pescado en su mejor momento*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/2012/05/21/la-industria-de-harina-y-aceite-de-pescado-en-su-mejor-momento/>

PRO ECUADOR. (31 de Marzo de 2015). *Incremento en el precio mundial de harina de pescado y mayor participación de proveedores asiáticos*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/incremento-en-el-precio-mundial-de-harina-de-pescado-y-mayor-participacion-de-proveedores-asiaticos/>

## ANEXOS

### ANEXO 1

MATRIZ DE SELECCIÓN 1. SUB PARTIDAS MÁS RELEVANTES DE CADA CAPÍTULO ARANCELARIO EN BASE A VALORES DE EXPORTACIÓN PROMEDIO. PERÍODO 2007-2014. MILLONES DE DÓLARES FOB

CAPÍTULO ARANCELARIO	SUB PARTIDA	VALOR (PROMEDIO PERÍODO 2007-2014)	CAPÍTULO ARANCELARIO	SUB PARTIDA	VALOR (PROMEDIO PERÍODO 2007-2014)	CAPÍTULO ARANCELARIO	SUB PARTIDA	VALOR (PROMEDIO PERÍODO 2007-2014)
1	0106200000	350	34	3402200000	9.251	67	6701000000	19
2	0207140000	233	35	3503001000	9.602	68	6813810000	1.014
3	0306179900	731.271	36	3605000000	123	69	6910900000	17.563
4	0402299900	6.335	37	3701301000	194	70	7010902000	1.945
5	0511919000	1.019	38	3826000000	38.043	71	7108120000	220.846
6	0603110000	463.788	39	3920209000	20.926	72	7204300000	7.069
7	0704100000	38.688	40	4011101000	28.200	73	7321111900	77.420
8	0803901100	1.568.550	41	4104110000	4.070	74	7404000000	42.871
9	0901119000	49.417	42	4202220000	216	75	7505110000	28
10	1006300000	18.599	43	4303109000	8	76	7602000000	10.460
11	1106301000	657	44	4407220000	68.172	77	77	NO INFO
12	1207991000	2.236	45	4503100000	134	78	7801100000	8.448
13	1302199900	66	46	4602100000	59	79	7903900000	557
14	1401900000	824	47	4707100000	3.595	80	8003001000	2
15	1511100000	147.786	48	4805190000	8.100	81	8104200000	23
16	1604141000	617.256	49	4901999000	3.452	82	8207192100	3.213
17	1704901000	27.764	50	5007900000	3	83	8309900000	4.931
18	1801001900	365.774	51	5112191000	165	84	8431439000	15.273
19	1905320000	4.594	52	5211420000	11.034	85	8507100000	9.026
20	2008910000	70.359	53	5305001100	12.577	86	8609000000	198
21	2101110000	133.961	54	5407200000	4.314	87	8704211090	88.629
22	2207100000	18.432	55	5509320000	2.456	88	8803300000	7.417
23	2301201100	91.949	56	5608110000	4.738	89	8902001090	7.462
24	2401101000	31.759	57	5705000000	56	90	9021290000	12.966
25	2523290000	4.082	58	5811000000	14.115	91	9102990000	71
26	2616901000	51.762	59	5911310000	16.797	92	9206000000	46
27	2709000000	PETROLERA NO	60	6006320000	723	93	9305990000	83
28	2836500000	4.915	61	6115210000	4.654	94	9404900000	3.671
29	2918153000	9.354	62	6203310000	1.107	95	9503009900	3.478
30	3004902900	20.687	63	6305332000	19.622	96	9606301000	9.068
31	3101009000	4.072	64	6401920000	17.273	97	9701900000	44
32	3203001500	3.896	65	6502001000	4.230	98	9802100000	1.809
33	3303000000	7.826	66	6602000000	12			

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

179



### ANEXO 3

VALORES PROYECTADOS EN 3 ESCENARIOS DE CRECIMIENTO PARA LOS PRODUCTOS SELECCIONADOS. MILLONES DE DÓLARES FOB. AÑOS 2015 Y 2016

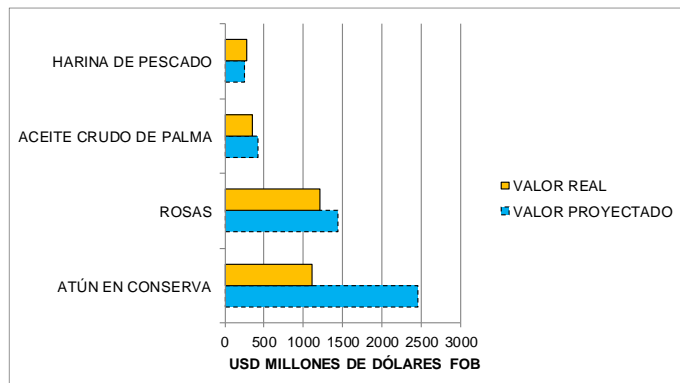
ESCENARIO	PRODUCTO	CRECIMIENTO*	AÑO BASE	VALORES PROYECTADOS (MILLONES DE USD)		
			2014	2015	2016	2015 + 2016
ESCENARIO 1: CRECIMIENTO ANUAL PROMEDIO	ATÚN EN CONSERVA	(+) 14%	1005	1146	1307	2453
	ROSAS	(+) 2%	698	712	726	1437
	ACEITE CRUDO DE	(+) 18%	164	194	229	423
	HARINA DE PESCADO	(+) 9%	112	122	133	255
ESCENARIO 2: CRECIMIENTO ANUAL MÁS BAJO	ATÚN EN CONSERVA	(+) 25,2%	1005	1257	1571	2828
	ROSAS	(+) 5,7%	698	737	779	1517
	ACEITE DE PALMA EN	(+) 27,2%	164	209	265	474
	HARINA DE PESCADO	(+) 6,6%	112	120	127	247
ESCENARIO 3: CRECIMIENTO ANUAL MÁS ALTO	ATÚN EN CONSERVA	(+) 72,2%	1005	1739	3009	4748
	ROSAS	(+) 15%	698	802	923	1725
	ACEITE DE PALMA EN	(+) 141%	164	187	214	401
	HARINA DE PESCADO	(+) 30%	112	146	189	335

VALORES REALES (MILLONES DE USD)		
2015	2016	2015 + 2016
700	401	1101
605	601	1205
166	180	346
120	158	277

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

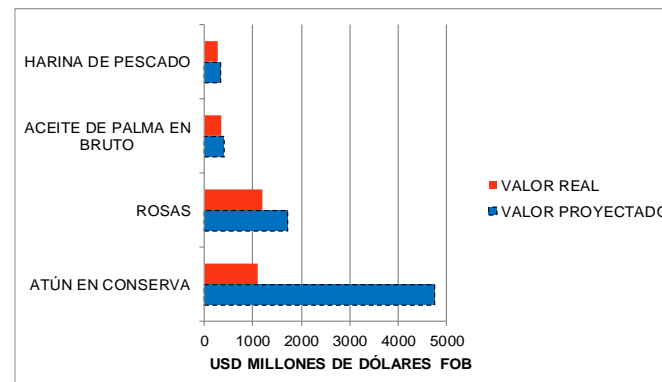


## ESCENARIO 1



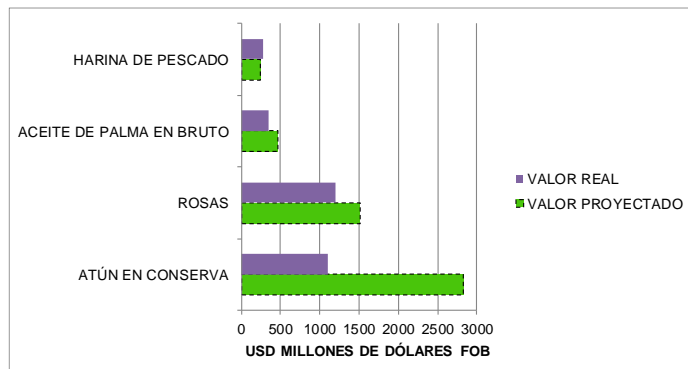
Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## ESCENARIO 3



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## ESCENARIO 2



Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE  
Elaborado por: Paúl Paredes Enríquez

## PARTICIPACIONES REALES

